



# **UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD**

**VICE-RECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POST-GRADO**

**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CON ESPECIALIZACIÓN EN COMERCIO INTERNACIONAL Y**

**MERCADEO**

***“EXPORTACION DE ZAPALLO***

***AL MERCADO DE MIAMI”***

**POR:**

**BERNARDO DIAZ DE ICAZA**

**1998**

# **UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y CONTABILIDAD**

**VICE-RECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POST-GRADO**

**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CON ESPECIALIZACIÓN EN COMERCIO INTERNACIONAL Y**

**MERCADEO**

***“EXPORTACION DE ZAPALLO***

***AL MERCADO DE MIAMI”***

**POR:**

**BERNARDO DIAZ DE ICAZA**

**Tesis presentada en cumplimiento de los requisitos exigidos para optar por el  
Grado de Maestría en ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON  
ESPECIALIZACIÓN EN COMERCIO INTERNACIONAL Y MERCADEO**

**1998**

7/24

15 DIC 1998

U.S.S. del autor

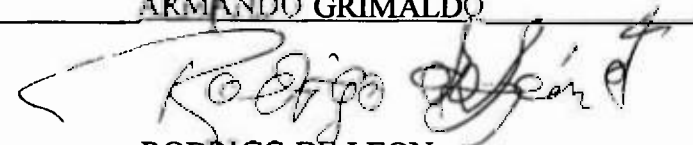
310587

**APROBADO POR:**

**Director de Tesis**

  
ARMANDO GRIMALDO

**Miembro del Jurado**

  
RODRIGO DE LEON

**Miembro del Jurado**

  
EMERSON GARCIA

**Fecha:**

19 de enero de 1998

**Vicerrectoría de Investigación y Post Grado**

**Fecha:**

## **DEDICATORIA**

Principalmente a Dios Todopoderoso quien me dio la vida y la fuerza necesaria para culminar con este proyecto.

A mi esposa, hijos, hermanos y demás familiares, que fueron mi mayor estímulo para continuar con el mismo.

## **AGRADECIMIENTO**

A todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron en la feliz culminación de esta tesis de grado, mi agradecimiento más sinceros.

A aquellas instituciones que suministraron informaciones y facilidades para el desarrollo y terminación de este trabajo.

Una mención especial a *Armando Grimaldo* quien con sus atinados conocimientos y dedicación contribuyó en gran parte, para la culminación de la investigación.

**A todos y cada uno mi eterno agradecimiento.**

## RESUMEN EN ESPAÑOL

El trabajo realizado sobre la exportación de zapallo a la ciudad de Miami nos ha permitido conocer todos los pasos que debemos seguir para realizar una exportación a dicha ciudad.

Por consiguiente, podemos decir que uno de los problemas básicos que ha confrontado el sector productor agrícola panameño en la promoción de sus exportaciones, ha sido primordialmente la identificación y acceso de mercado donde colocar la producción en forma sostenida.

Si bien, Panamá no es un país agrícola por excelencia, tiene la capacidad de desarrollar cultivos propios a las condiciones del clima tropical, los cuales no se dan en otros países que poseen climas en donde muchos de estos productos son incluso conocidos y demandados pero que no poseen una oferta interna para satisfacer a los diferentes tipos de consumidores, por otro lado hay otros productos que en estos países son desconocidos por otro lado y que tienen potencial de promoción en los mercados externos.

Las exportaciones agrícolas han estado basadas primordialmente en cuatro productos de una cultura agrícola tradicional: El banano, caña de azúcar, café y cacao.

Hoy día la apertura a grandes mercados y el interés por parte de estos países, de gran capacidad de compra, permiten acceder una diversa gama de productos frescos.

En función de estos privilegios, el país se ha abocado a un cambio en la política sectorial de la producción dirigida hacia nuevos productos que gocen de oportunidades en los mercados, ampliando la producción exportable en cantidad y calidad.

Para impulsar este nuevo cambio se identificó mediante el estudio "Priorización de productos agrícolas no tradicionales en potencial de exportación al mercado de los Estados Unidos" del Instituto de Mercadeo Agropecuario, un listado de productos que pueden ser cultivados en las diversas zonas de producción del país, tomando en cuenta el componente tecnológico y de investigación agrícola. Entre los productos identificados se mencionan melón, zapallo, plátano, piña, ají picante, coco, sandía, otoo, yuca, jengibre, okra, camote, chayote, flores y follajes y otros productos que se siembran en tierras altas.

Este estudio nos permitió conocer el comportamiento que ha tenido este producto en este mercado y conocer el potencial de los mismos.

Por ser nuestras relaciones de comercio mayormente con el mercado de los Estados Unidos, se establece para nuestro programa de exportación 1996-1997, éste como mercado objetivo, no obstante, no se deja destacar la importancia que pueden tener otros mercados como el europeo en donde hay experiencias comerciales (Reino Unido y Alemania), Canadá y países asiáticos.

Para la promoción de cultivos de exportación se han considerado: el melón honeydew, zapallo, sandía, ñame, otoo y piña.

## RESUMEN EN INGLES

The research being done in the export of squash to Miami allowed us to know the steps that we must follow in order to export this fruit into the city.

Therefore, we can infer that one of the basic problems that we have to face with the agri-panamanian sector in the promotion of its exports has been primarily the identification and access of the market. So production can be very sustainable.

Panama has not been an agri-country so to speak; however, it has the capacity to develop its own plantations in spite of the tropical climate, which is not common in other countries that have climates where most of these products are well known and exists a strong demand for them; nevertheless, they do not have a local supply in order to satisfy the different consumers. On the other hand, there are other products that are not known in these countries, and that these very products could be potentially promoted to foreign markets.

For the case of Panama in particular, the agri-exports are composed by very traditional products such as sugar, coffee, cacao, and banana.

Nowadays, the opening of markets worldwide and the interest of some countries whose purchasing powers are beyond the reach of others allow them to access a variety of fresh products.

Because of this, our export policies have been changed in order to lead them into new products that could filtered these markets, broadening the export production in quantity and quality as well.

In order to implement this change, it has been identified in the study the prioritization of no traditional agri-products to export to the United States markets. The Instituto de Mercadeo Agropecuario provided us with a list of products that are cultivated in the various regions of the country, taking into account of course the technology being used and its agri-research as well. Among the identified products, there are squash, pineapple, coconut, watermelon, ginger, plantain, sweet potato, chili pepper, chayote, foliage, flowers, and other products that have been planted in the highlands of Panama.

This research has allowed us to know the levels of acceptability that this products has had in the market and to know as well its potential.

Due to the fact that our commercial relation is being done mostly with the United States market, this has been established for our 1996-1997 export program. However, our objective is to stress out the importance that this product could have in other markets such as the European market (Great Britain and Germany), the Asian market, and Canada as well.

# INDICE

Resumen en Español .....	1
Resumen en Inglés .....	2

## CAPITULO PRIMERO INTRODUCCION

<b>A. ANTECEDENTES</b> .....	4
<b>B. OBJETIVOS</b> .....	7
1. Generales.....	7
2. Específicos. ....	8
<b>C. JUSTIFICACIÓN</b> .....	9
<b>D. PROPÓSITO</b> .....	10

## CAPITULO SEGUNDO MARCO CONCEPTUAL

<b>A. FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y TÉCNICOS, DE LA PRODUCCIÓN DEL ZAPALLO Y SU COMERCIALIZACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN</b> .....	12
<b>B. REQUERIMIENTOS. DEL MERCADO DE MIAMI DEL PRODUCTO ZAPALLO</b> .....	17
1. Mercado.....	17
a) Superficie .....	19
b) Población.....	19
c) Idioma.....	20
d) Clima.....	20
e) Gobierno.....	21
f) Desarrollo Económico de Miami .....	21
f.1. Datos Económicos.....	22
f.2. Moneda Nacional.....	23
f.3. Índices Económicos.....	23



2. Sectores Económicos.....	24
a) Servicios.....	25
b) Comercio Internacional.....	27
c) Manufactura.....	29
3. El Beneficio de los Incentivos para Restablecer y Expandir Compañías.....	30
a) Impuestos.....	31
b) Incentivo del Estado.....	31
c) La Labor de Adiestramiento.....	32
c.1. Bonos de Ingresos Industriales Tributales.....	32
d) Asistencias.....	32
d.1. Los Beneficios de los Impuestos e Incentivos.....	33
d.2. Servicios de Asistencia Empresarial del Beacon Council.....	34
e) Incentivos del Condado.....	35
e.1. Bonos e Ingresos Industriales de Impuesto.....	35
4. Medio de Transporte de Miami.....	36
a) Terrestre.....	36
b) Marítimos.....	37
c) Aéreos.....	38
5. Características del Consumidor.....	39
6. Demanda del Mercado.....	42
7. Oferta.....	47
a) Principales Variedades Cultivadas en el país.....	50
<b>C. CARACTERÍSTICA DEL PRODUCTO DEMANDADO.....</b>	<b>53</b>
1. Producto.....	53
a) Aspectos Nutritivos del Zapallo.....	54
<b>D. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN PARA LA EXPORTACIÓN.....</b>	<b>55</b>
1. Calidad.....	55
a) Manejo Agrícola del Cultivo de Zapallo.....	55
b) Algunos pasos Importantes en el Cultivo.....	56
c) Plagas y Enfermedades que atacan al Cultivo del Zapallo.....	57
d) Control, Manejo de Plagas y Enfermedades.....	58
2. Volumen y Frecuencia de Exportación.....	71
a) Rendimiento Esperado por Hectárea.....	71
3. Regulaciones del País Exportador.....	72
a) Aduana.....	72

b) Requisitos para la Importación en Miami .....	73
- Entrada General de Mercancías.....	74
- Otros tipos de Entradas de Mercancías.....	76
- Documentos de Entrada.....	76
- Fianza.....	77
c) Examen de la Mercancía por la Aduana.....	78
c.1. Daños o Deterioros.....	80
4. Empaque y transporte.....	81
<b>E. RENTABILIDAD DE LA EXPORTACIÓN.....</b>	<b>83</b>
1. Costo de Producción para la Exportación.....	83
2. Costo de Administración y Comercialización.....	85
a) Costos Fijos.....	86
b) Costos Variables.....	86
c) Costos de Flete.....	86
3. Incentivos de Exportación.....	88
4. Utilidades Proyectadas.....	91

### **CAPITULO TERCERO**

#### **ASPECTOS METODOLOGICOS, DISEÑO, IMPLEMENTACION Y ANALISIS DE ENCUESTA**

<b>A. ELABORACION DE LA ENCUESTA.....</b>	<b>96</b>
1. Confección del Cuestionario.....	99
2. Presentación del Cuestionario.....	99
3. Objetivos del Cuestionario.....	100
<b>B. IMPLEMENTACIÓN DE LA ENCUESTA .....</b>	<b>102</b>

## **CAPITULO CUARTO**

### **RESULTADOS**

<b>A. CAPACIDAD DE PRODUCCION DE ZAPALLO DE LA COOPERATIVA UCAPE, PARA LA EXPORTACION AL MERCADO DE MIAMI.....</b>	<b>105</b>
<b>B. FACILIDADES DE EXPORTACIÓN AL MERCADO DE MIAMI.....</b>	<b>106</b>
1. Las Zonas Francas.....	106
2. Fitosanitarias.....	109
a) Importación y Exportación de Productos y Sub-productos de Origen Vegetal.....	109
b) Licencia de Importación.....	110
c) Medidas de Cuarentena Agropecuaria.....	110
d) Normas de Calidad.....	111
<b>C. REGULACIONES DE IMPORTACIONES DEL MERCADO DE MIAMI .....</b>	<b>113</b>
1. Aduana.....	113
2. Derechos Compensatorios.....	116
 <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
Conclusiones.....	119
Recomendaciones.....	120
 <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>121</b>
 <b>ANEXOS.....</b>	<b>130</b>

## INDICE DE CUADROS

No.	TÍTULO	
I.	Productores, Superficie Cosechada-Producida y Rendimiento...	16
II.	Precios en el Mercado de E.E.U.U./Libra.....	16
III.	Población Hispana por país de origen.....	41
IV.	Consumo, Demanda, Oferta de Zapallo en el Mercado Norteamericano, años 1996-2000.....	43
V.	Demanda, Oferta de Zapallo en el Mercado Norteamericano, Años 1991-1995.....	43
VI.	Consumo de Zapallo en el Mercado Norteamericano Años 1983-1995.....	44
VII.	Demanda de Zapallo en el Mercado Norteamericano, Años 1970-1995.....	46
VIII.	Avance de Exportaciones de Zapallo, enero-marzo 1997.....	49
IX.	Instituto de Mercadeo Agropecuario, Dirección de Servicios de Información Comercial.....	50
X.	Costo de Producción.....	83
XI.	Estructura de los Costos.....	91
XII.	Análisis Económico.....	92
XIII.	Costo de Producción de una (1) Hectárea de Zapallo en Verano.....	93
XIV.	Análisis Económico.....	94

## **INDICE DE ANEXOS**

<b>No.</b>	<b>TÍTULO</b>
1.	Organización de la Exportación
2.	Método de Vender en el Mercado de Miami
3.	Promoción de Ventas
4.	Mercadotecnia de Exportación
5.	Embalaje de Exportación
6.	Requisitos – Documentos U.S.A.
7.	Hoja de Tabulación
8.	Áreas y Sub-Áreas de Análisis
9.	Encuesta a Productores de Zapallo para Exportación
10.	Propuesta de un Plan de Comercialización de Exportación del Producto Zapallo por la Cooperativa UCAPE

# **CAPÍTULO PRIMERO**

## **INTRODUCCIÓN**

## A. ANTECEDENTES

En los cuatro últimos años, el zapallo se ha convertido en un producto no tradicional, de rápido crecimiento en sus niveles de exportación, al mercado de América del Norte, especialmente a las ciudades de Miami, Boston, New York y Philadelphia.

Por ser un producto que implica un alto uso de mano de obra, se convierte en una alternativa para el productor nacional del agro.

En 1992 se exportaron 1,488,633 kilogramos de producto; en 1993 se exportaron 3,150,992 kilogramos; en 1994 5353,154 kilogramos y en 1995 8,643,665 kilogramos.

La Cooperativa UCAPE, ubicada en Chitré, provincia de Herrera, ha estado exportando melones y cuenta con infraestructura de producción para la exportación, que representa una ventaja para diversificar a la producción para la exportación de zapallo.

Se ha seleccionado para este estudio la Cooperativa UCAPE, por el interés que tienen los asociados productores, frente a la apertura de mercados y el ingreso de Panamá al Mercado de Libre Competencia “Tratado de Libre Comercio de América del Norte”.

Es importante destacar que este estudio adquiere valor para el desarrollo económico del país, ya que representa una alternativa de incrementar las exportaciones de productos no tradicionales como el zapallo.

Por consiguiente el mismo debe concluir, en un plan de producción y comercialización para la exportación del zapallo, al Mercado de Miami, para uso de los asociados de la Cooperativa UCAPE.

En el *libro “Guía para la Exportación de productos agrícolas no tradicionales”* del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) hemos extraído

la siguiente información: la mayoría de los países de América Latina son subdesarrollados y su progreso económico ha tenido como su principal fuente de ingreso, la agricultura. Algunos de estos países obtuvieron grandes divisas a través de las ventas de sus productos, por ejemplo: Argentina en la década de los 40, pero muchos otros países fueron explotados tanto nacional como internacionalmente. En Panamá los agricultores fueron los más afectados.

Panamá tiene una estructura de exportaciones escasamente diversificada, contando con productos tradicionales y no tradicionales. El Estado intervino creando mecanismos para fortalecer la balanza de pagos estimulando las exportaciones de mercaderías no tradicionales. Con el propósito de incentivar la exportación de estos productos se promulgó la Ley 108 de 1974 por medio de la cual “Se crean beneficios a las Exportaciones No Tradicionales”.

Y en el folleto *“El cultivo de zapallo de exportación en Panamá”*, Manual sobre producción, manejo y comercialización que fue actualizado por Francisco Antúnes U., Chitré, Herrera-Panamá, 1996 se expresa que estas exportaciones panameñas se han agrupado en dos categorías: Las tradicionales, que representan el 61% del valor total, y las demás que incluyen las no tradicionales, que equivalen al 39%.

También de la Guía para la Exportación de Productos Agrícolas no Tradicionales del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), encontramos que son considerados productos no tradicionales todos los que no se encuentran en la siguiente lista:

- a) Azúcar de caña,
- b) Banano en fruta y puré de bananos,



- c) Mieles y melazas de caña,
- d) Cacao en grano,
- e) Café en oro (grano),
- f) Camarones frescos refrigerados o congelados,
- g) Carnes de ganado vacuno, fresca, refrigerada o congelada,
- h) Cuero de ganado vacuno sin curtir,
- i) Madera en trozos,
- j) Ganado vacuno, porcino y caballar en pie, excepto de raza fina,
- k) Harina de pesado,
- l) Otros aceites de pescado y de animales marinos,
- m) Chatarras,
- n) Carey en bruto,
- o) Extractos de frutas (Cítricos),
- p) Petróleo y sus derivados,
- q) Ventas al amparo de tratados bilaterales de libre comercio o trato preferencial,
- r) Ventas efectuadas desde la Zona Libre de Colón al extranjero.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Generales:**

Conocer los aspectos que faciliten la Producción y Exportación de zapallo al Mercado de Miami

- a) “Impulsar una política de desarrollo real y sostenido de la agricultura y de su valor agregado constituido por la agroindustria y la agroexportación y de esta manera revertir la situación del sector agrario.”
  - b) Dedicar un gran esfuerzo para que este proyecto resulte confiable a cada uno de los protagonistas, muy en especial a los inversionistas y a los campesinos, a los productores pequeños y a los medianos que a la postre serán los beneficiarios directos de este programa.
  - c) Generar divisas que aumenten la economía nacional.
  - d) Obtener la financiación de la exportación en fresco o procesada.
- “Crear un ente mixto integrado por el Gobierno a través de sus organismos que tengan competencia con la agroexportación y el sector privado integrado por agroexportadores, inversionistas y promotores.

## **2. Objetivos Específicos:**

- a) Determinar la capacidad productiva exportable del Rubro no tradicional “zapallo”.
- b) Presentar un diagnóstico de la situación del zapallo como producto exportable al Mercado de Miami.
- c) Proponer un Plan de Producción y Comercialización para la exportación del producto zapallo, para los asociados de la cooperativa UCAPE.
- d) Contribuir a garantizar el empleo y el crecimiento.
- e) Lograr un mercado cautivo.
- f) Incrementar las áreas de cultivo.
- g) Crear puestos de trabajo.
- h) Fomentar indistintamente las inversiones nacionales, mixtas o extranjeras y de divulgar todos los beneficios e incentivos para la agroexportación no tradicional.
- i) Crear un mecanismo nuevo de promoción, que induzca inmediatamente a la inversión privada en la agroexportación no tradicional.
- j) Obtener competitividad, calidad, volúmenes, para disputar y obtener un espacio interesante en los mercados mundiales.

## C. JUSTIFICACIÓN

Las tierras de los asociados a la Cooperativa UCAPE reúne las condiciones propias para la producción de zapallo y se dispone de la posibilidad de producción para la exportación al Mercado Objetivo.

El producto zapallo es de producción y cosecha durante todo el año.

La tierra es altamente productiva, tienen relativa experiencia en exportaciones, dispone de personal técnico de apoyo, infraestructura propia, tecnología y facilidad crediticia.

1. La agroexportación puede considerarse como una de las pocas salidas viables para levantar de la postración a gran parte del sector agrario de Panamá. Como un incremento de las exportaciones es indispensable para afrontar compromisos externos.

2. El incremento de las exportaciones es indispensable para afrontar compromisos externos.

## **D. PROPOSITO**

El rubro zapallo es un producto no tradicional con demanda en el mercado objetivo que ofrece alternativa a los miembros de la cooperativa.

El estudio es de presentar toda la información requerida para diseñar un Plan de Producción y comercialización del rubro no tradicional “zapallo”, para la Exportación al Mercado de Miami Norte.

1. Nos sirve para descartar los productos que definitivamente no podrán ser materia de agroexportación y que más bien habrá que luchar con medidas imaginativas para mantenerlos vigentes como cultivos estables para el consumo interno.

2. Sirve para determinar su viabilidad como producto susceptible de ser exportado, basándonos en el índice de competitividad, que se define como la capacidad de un producto de poderse comercializar en el mercado interno frente a sus competidores externos.

3. Proponer en primer lugar a mercados cercanos el producto, especialmente Estados Unidos en Miami.

4. Buscar una concertación entre el sector público y privado en cuanto a la oferta y la demanda, ya sea a nivel nacional o internacional.

5. Sacudir la inercia que tiene el sector agropecuario para encarrilarlo por la ruta del dinamismo y la modernidad. Panamá tiene la tierra, los recursos humanos y su posición geográfica; está en manos de los panameños el lograr la reversión de la situación actual de su agricultura y agroindustria de exportación.

**CAPÍTULO SEGUNDO**  
**MARCO CONCEPTUAL**

## **A. FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS DE LA PRODUCCIÓN DEL ZAPALLO Y COMERCIALIZACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN AL MERCADO DE MIAMI**

El folleto *"Diagnóstico y Estrategias de Promoción de la Agroexportación no Tradicional de Panamá"* del Dr. Gerardo Satler, Consultor Internacional del IICA se ha clasificado, los cultivos no tradicionales de la siguiente manera:

Zapallo	Yuca	Plátano
Sandía	Ñame	Piña
Melón	Otoe	Café Orgánico

Por datos obtenidos del Prof. Francisco Antúnez de la empresa COMEXA, S.A. confirmamos que existe casi la plena seguridad de que el cultivo zapallo es originario de Sur América, aún cuando desde hace siglos se ha expandido por toda América Hispana; comúnmente se conoce con diferentes nombres según la región o país donde se cultiva, en México se le conoce como "Calabaza" al igual que en el Caribe, en Centro América se le identifica como "Ayote", mientras que en Sur América se le conoce como "Auyana" y en nuestro país se le nombra comúnmente "Zapallo" ó Melón de Sopa.

Es un rubro de gran potencial para la reconversión agropecuaria que permite el aprovechamiento de los nichos de mercado.

La importancia del cultivo del zapallo se basa en que, es uno de los pocos rubros que se pueden cultivar satisfactoriamente en todo el país durante todo el año, y que a la vez tiene espacio de mercado en Estados Unidos durante los 12 (doce) meses del año.

Botánicamente el zapallo pertenece al grupo o familia de las cucurbitáceas del tipo de los peponoídes; existen 3 (tres) líneas principales identificadas y conocidas como

## CUCÚRBITA PEPO, CUBURBITA MOSCHATA Y CUCÚRBITA MÁXIMA.

Según entrevista sostenida con la Licenciada Guadalupe Petrel del Instituto Panameño de Comercio Exterior (IPCE) obtuvimos que para el año 1986 se iniciaron las primeras siembras del zapallo con técnicas de producción, ya que el producto sería destinado a la exportación. De acuerdo al uso de las técnicas de producción, la cantidad exportable alcanza niveles hasta del 80% aproximadamente. La cantidad embarcada por contenedor de 40 pies es de 800 sacos de 50 libras, equivale a la producción exportable esperada en una hectárea. Al país que se exporta es Estados Unidos, teniendo su concentración de consumo en Miami donde los meses de junio a septiembre, o sea, el verano de Estados Unidos la demanda de zapallo disminuye por lo que se recomienda que se debe reducir la producción para este período.

De información suministrada a través de entrevista sostenida con el Licenciado Nelson Sandoval de la Dirección de Estadísticas y Censo de la Contraloría General, Departamento de Comercio Exterior, en el año 1986 hasta 1991 el rubro zapallo estaba incluida como “otras legumbres y hortalizas en frescos o refrigeradas” por lo que no hay cifras exactas de este producto en cuanto a la exportación. Sin embargo, por necesidades de los usuarios la Contraloría General a partir del año 1992 está llevando esta estadística del producto a nivel individual en tabulaciones mensuales donde especifica la cantidad total por kilo bruta, la cantidad total neta por kilo y el valor F.O.B. necesario para esta exportación como también indica los lugares destinos donde vendemos esta mercancía.

Otra fuente que nos ha ayudado a ampliar este tema es el MIDA de Herrera que nos proporcionó el folleto *“Recomendaciones para el Cultivo de Zapallo”* del IDIAP por el Ingeniero Nivaldo De Gracia en 1997 consistente en que en los últimos años, este



cultivo ha tenido una gran importancia debido a su demanda en los mercados internacionales. Durante los años 1994-1995 se exportaron hacia los Estados Unidos aproximadamente una producción de 148,865 quintales, estimando un rendimiento promedio de 300 qq/ha.

Otra información capturada por medio de entrevista personal con la Licenciada Guadalupe Petrel del IPCE es que según datos de la importación del Bureau Census de los Estados Unidos se demuestran que un 93% de los suministros del exterior provienen de México, mientras que Honduras representa el 3.2%, Costa Rica 2.5% y el resto de los países en magnitudes mucho menores. Los volúmenes de Panamá hacia los Estados Unidos han crecido a una tasa del 20.9% superior a la tasa de crecimiento de las importaciones de los Estados Unidos de 6.35% y Costa Rica 11.4% lo que desde luego indica que Panamá está logrando aumentar participación dentro de la estructura de mercado de estas importaciones.

El trabajo realizado por especialistas en materia de producción, manejo, presentación y comercialización de la fruta a nivel internacional, han hecho que el rubro “ZAPALLO” se hubiese incrementado en Panamá significativamente y que el prestigio del Zapallo Panameño sea señalado positivamente en el mercado Norteamericano y recientemente en otros países.

De la Revista PUMPKINS 07.0990 podemos enunciar que las empresas que han empezado a exportar el rubro zapallo desde Panamá están las siguientes:

1. A.P.E.C.S.A., ubicada en Chitré, Herrera. Cuyo apartado 70 Chitré, Panamá.
2. AGROFRUT, S.A. (Panamá), ubicada en Cl. 50 Torre Banco Germánico, Piso Noveno. Apartado 6-3244. El Dorado, Panamá.

3. VEGRAFI, S.A., ubicada en Cl.2, El Ingenio.

Posterior a lo que continúa presentaremos el cuadro de número de productos, superficie cosechada, producida y rendimiento, también información obtenida del Instituto Panameño de Comercio Exterior por la Licenciada Guadalupe Petrel del Departamento de Promociones y Exportación.

Los Hermanos Pérez de la Provincia de Herrera, Corregimiento de Potuga fueron los primeros que introdujeron la exportación del zapallo en Panamá.

Entre las empresas productoras y comercializadoras del zapallo podemos mencionar las siguientes:

<u><b>Empresas</b></u>	<u><b>Provincia</b></u>	<u><b>Teléfonos</b></u>	<u><b>P/Exp. q.q.</b></u>
Agrícola Export Corporation, S.A.	Herrera	976-1596	15,568
Agroamérica	Herrera	-----	3,612
Agrofrut (Panamá) S.A.	Herrera, Coclé	269-1582	1,301
CAMRA	Los Santos	-----	1,792
COFRUT	Panamá	227-5171, 5050	2,500
Concepción Navarro	Los Santos	-----	2,952
COMEXA, S.A.	Herrera	996-0561,7659	20,000
Comercializ Agrícola	-----	-----	960
Exp. Co. P. y E. Invest.	-----	-----	845
Export. Agrí. German D.L.	-----	-----	15,570
Fruit and Vegetables	Bocas del Toro	-----	34,550
Hermanos Pérez	Potuga, Herrera	997-2448	3,360
Quality Fruit	-----	-----	5,500
ROICA, S.A.	Panamá	264-3018	5,560
Terminal Pña. Export.	-----	-----	72,840
UCAPE	Herrera	996-0167	11,176

Fuente: La información referente a P/Exp. q.q. suministrada por Jorge E. Iguelda Coord. de Agroexp. y Post Cosecha. IMA. y el resto de la Lic. Guadalupe Petrel del IPCE.

**CUADRO I. PRODUCTORES, SUPERFICIE COSECHADA-  
PRODUCIDA Y RENDIMIENTO**

Años	1990-91	1991-92	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96
# Productores	67	65	68	29	186	325
Superficie cosechada (ha)	100	117	123	258	418	742
Superficie sembrada (ha)	100	117	123	258	418	1,112
Producción (qq)	27,439	31,598	33,748	69,702	125,419	184,866
Rend (qq/ha)	274	270	274	270	300	249

Fuente: Entrevista con la Licenciada Guadalupe Petrel del Departamento de Promociones y Exportación del Instituto Panameño de Comercio Exterior.

Además de la información anterior también obtuvimos información relacionada con los precios a partir de los años 1992 hasta 1995.

**CUADRO II. PRECIOS EN EL MERCADO DE E.E.U.U./LIBRA**

1992-95	1992	1993	1994	1995
B/.0.30	.31	.31	.28	.28

Fuente: Entrevista con la Lic. Guadalupe Petrel del Departamento de Promociones y Exportación del Instituto Panameño de Comercio Exterior.

Adicional a la información anterior del folleto "Diagnóstico y estrategias de promoción de la agroexportación no tradicionales de Panamá" del Dr. Gerardo Satler, Consultor Internacional del IICA.

## **B. REQUERIMIENTOS DEL MERCADO DE MIAMI DEL PRODUCTO DE ZAPALLO**

### **1. Mercado:**

Según Fodors 96, U.S.A. The complete Guide to Best of Everything in all 50 State, Fodors Travel Publications Inc, Estados Unidos, 1996, pág. 432. El nombre de la ciudad es probablemente derivado de “Mayaimi” que es una palabra india que significa “Agua grande”.

A través de los años, Miami ha pasado a ser de una población fronteriza a una ciudad sofisticada de múltiples culturas.

Según Miami Bussines Profile de 1996-1997, The Beacon council Florida 1996, 154 págs: Miami es una ciudad en el sureste de la Florida, la mayor ciudad sureña en los Estados Unidos. Está localizada en la Costa Atlántica a 2° norte del trópico de Cáncer, con una latitud de 25.46° Norte y 80.11° Oeste.

El Río Miami, el cual está conectado por un canal con el lago Ockechoffe al noreste, interseca la ciudad. Miami está dividida en cuatro partes -Noreste, Noroeste, Sureste y Suroeste- formado por la intersección de la Calle Flagler, corriendo Este y Oeste; y la Avenida Miami, corriendo Norte y Sur.

El condado de Dade consiste en 27 municipios independientes y grandes áreas no incorporadas que son excesivamente populares. La ciudad de Miami es el sitio del Condado de Dade que es coextensiva con el área Metropolitana y de Miami. Entre las comunidades del Norte de Miami están: Miami Beach y la Costa de Miami; Hialeah y

Miami Spring están al Oeste ; y Coral Gables, South Miami y Homestead están al Sur. Sobre las islas de la costa, al este de Miami y al otro lado de la bahía de Vizcaya, están los centros más lujos de Miami Beach, surfside y Bal Harbour. Estas comunidades, así como el elegante Cayo de Biscaya al sur, se conectan al continente por los arrecifes.

Con el clima subtropical de Miami, hay actividades de recreación al aire libre como correr, montar bicicleta, patinar, tenis, golf y navegar. El área del centro de Miami tiene 699 parques y áreas recreativas con un total de 1,2 millones de acres, que incluye el Parque de Everglade y el Parque Nacional de Vizcaya, 16 canchas públicas de tenis disponibles a través del condado.

Durante la noche, Miami tiene una vida nocturna sofisticada, incluyendo restaurantes, clubes, escenarios de espectáculos públicos y cines. La Filarmónica de Florida, Sinfónica del Nuevo mundo, La Gran Opera de Florida, El Ballet de Miami y El Coliseo de Coconut son algunos de los recursos culturales que ofrece el área del condado. También tiene los mejores museos de exhibiciones de piezas trabajadas a mano, historia, tecnología y herencias étnicas.

Los aficionados a los deportes pueden disfrutar del béisbol profesional en el Florida Marlins, del fútbol en el Miami Dolphins, del basquetbol en el Miami Heat y del jockey en el Florida Panthers. Los juegos universitarios se realizan en la Universidad de Miami y en la Universidad Internacional de Florida. También ofrece muchas facilidades para hacer apuestas de competencias de caballos y perros.

**a) Superficie:**

Miami, con un área de 34.4 millas cuadradas (89 kilómetros cuadrados) frente a la Bahía de Viscaya, es un brazo del Océano Atlántico creado por las islas que constituyen el norte de los cabos de Florida. Cuenta con una superficie acuática de 19.5 millas cuadradas (51 kilómetros cuadrados) y una altura máxima promedio de 12 pies.

**b) Población:**

Según <http://sis.fsu.edu>

La ciudad de Miami tenía una población en el área metropolitana de 3,661,000, habitantes. La población de Miami es 65.6% blanca, 27.4 % negra y 7.0% otros. La población de origen hispano representa el 37 %.

Los cubanos constituyen la parte más grande de hispanos con un 59% que viven en la ciudad de Miami y sus alrededores. Este grupo ha tenido una gran expansión desde la afluencia de refugiados después que Fidel Castro tomó el poder en Cuba en 1959 y durante la liberación de personas que buscaban abandonar el país en 1980. Los nicaragüenses ocupan el segundo lugar con un 7.8 % y los puertorriqueños ocupan el tercero con un 7.6 %. Los judíos, muchos de ellos ancianos, representan una minoría significativa dentro del área de Miami.

Según Miami Bussines Profile de 1996-1997, The Beacon council Florida 1997.

Demográficamente, Miami es una comunidad joven con una edad promedio de 34.2 años.

El grupo más grande de mujeres está entre las edades de 35 y 44 años con un 15.1% de la población femenina; y el menor está entre los 6 y 11 años con un 7.3%. El grupo más grande de los hombres se encuentra entre los 25 y 34 años que representa un 15.9% de la población masculina; y el menor está entre los 75 y más años con un 5% de dicha población, muchas de estas personas se han retenido de Miami hacia la parte nortea de los Estados Unidos. En Miami Beach aproximadamente la mitad de los residentes están en éste grupo de edad.

**c) Idioma:**

El oficial de Miami es el inglés, pero como consecuencia de la gran cantidad de hispanos radicados en ésta ciudad, el español ocupa el segundo lugar como idioma en Miami.

Estados Unidos convirtió el inglés en la lengua política y comercial por excelencia después de la conquista y grandes empresas británicas que extendieron su idioma por todo el orbe. Su difusión produjo cambios en su forma y hasta en su estructura. Existen diferentes dialectos en Estados Unidos, y de su unión con lenguas indígenas han surgidos algunos extraños dialectos.

**d) Clima:**

La ciudad de Miami tiene un clima cálido subtropical marino con una temperatura anual aproximada de 75.9 °F. Por su clima cálido, fondo oceánicos y sus facilidades en

lugares de veraneo, Miami es uno de los más grandes centros turísticos del mundo.

El promedio anual de la humedad relativa durante las mañanas es de 61° F, mientras que el promedio anual de probabilidades de que haya sol es de 44%.

Durante el mes de enero en la ciudad de Miami, la temperatura tiene un promedio de 69.4 %, sin embargo, en el mes de julio la temperatura es de 83.7 %. El registro de la temperatura más baja durante el año 1996 en la ciudad de Miami fue de 30 ° y el más alto fue de 98 °.

#### **e) Gobierno:**

Según Miami Bussines Profile de 1996-1997, The Beacon council Florida 1997.

Los miembros de la Comisión de Condado de Dade también juega un rol importante en el gobierno de la ciudad. La cabeza del gobierno del Condado Metropolitano se llama Metro, el cual coordina las actas de las actividades municipales.

El Condado de Dade cuenta con 27 municipios, entre los más importantes está la ciudad de Miami, Hialeach, Miami Beach, Nort Miami y Coral Gables.

El actual Alcalde de la ciudad de Miami es Stephen P. Clark (Nov. 1997) y el Administrador Municipal es el señor César Odio.

#### **f) Desarrollo Económico de Miami:**

Miami tiene una economía altamente diversifica, ya que cuenta con más de 300 compañías multinacionales, aproximadamente 500 compañías nacionales y un centro de



manufactura y distribución que está creciendo rápidamente. Esta ciudad ocupa el primer lugar en florida por sus industriales y universitarios dedicados a la biotécnica, Miami será quien guíe el crecimiento de la industria biotécnica en la Florida.

Miami tiene la más amplia concentración de facilidades médicas en Florida, debido a que existen 34,357 profesionales al cuidado de la salud entre los que se encuentra: 6,703 doctores de medicina general, 1,474 dentistas, 225 optometrista, 323 sicoterapeutas, 167 pediatras, 398 terapistas, 576 sicólogos, 1,682 farmacéuticos, 1,082 enfermeras y otros; además cuenta con 32 hospitales. En Miami están disponibles enfermerías, consultorios y clínicas para cuidar la salud de los hogares de la ciudad.

La ciudad de Miami también forma parte de una de las áreas más importantes del estado conocida como la Computadora de la Costa de Florida por su avanzada tecnología, que incluye computadoras, ingeniería eléctrica y manufacturera de plásticos.

### **f.1. Datos Económicos:**

Según RAMSEY, Jackson, Enciclopedia del Management, Grupo Editorial Océano, Tomo 2, España, 1990, pág. 927. Pueden obtenerse muchos datos e indicadores económicos minuciosamente preparados por el gobierno, asociaciones gremiales o de fuentes universitarias. Entre la más utilizadas en Miami están: la Oficina del Censo (Business Conditions Digest), el Ministerio de Comercio (Survey Of Current Business y Business of the Census ), la Oficina de Estadísticas Laboral (Monthly Labor Review), la Revista Business Week, el Consejo de Asesores Económicos y la Universidad Internacional de Florida.

### **f.2. Moneda Nacional:**

El dólar es la unidad monetaria oficial de Miami. El dinero es un medio de intercambio utilizado para medir precios y deuda. Existen las siguientes monedas: el centavo o penny (un centésimo de dólar) el níquel (vigésimo dólar), la moneda de diez centavo o dime (décima parte de un dólar), el quarter o moneda de veinticinco centavos, (el medio dólar) y la de un dólar. Estas monedas contenían antes plata y tenía un valor real, ahora tienen menos metal precioso y tiene sólo valor simbólico.

### **f.3. Índices Económicos:**

El producto nacional bruto mide el valor de la producción realizada por los habitantes de Miami, independientemente del lugar en que se encuentran ubicados.

En Miami la fuerza laboral es de 181,684 personas y existe un total de 21,348 desempleos (11.8 %). La tasa de pobreza existente en la ciudad es de un 38.2 %, cerca del 59 % de la fuerza laboral son oficinistas, el 21 % son empleados del gobiernos y el 20 % restante prestan servicios diverso. El promedio de horas trabajadas a la semana es de 41.5 mientras que la ganancia promedio que obtienen los trabajadores por la hora es de B/. 8.88 aproximadamente. El ingreso nacional por habitantes en la ciudad de Miami es de B/. 18,298.00.

## **2. Sectores Económicos:**

Miami es una comunidad de negocios empresarial que incluye pequeñas empresas, compañías de tamaño medio, corporaciones y multinacionales europeas, asiáticas y del Norte y Sur América.

Los tres sectores económicos más importantes son: servicios, comercio y manufactura. Las mayores compañías no manufacturas o de servicio incluyen la escuela pública del condado de Dade, el hospital metropolitano y el Hospital Memorial Jackson.

El conjunto de las empresas multinacionales es uno de los segmentos de negocio de más rápido crecimiento. Los negocios bioquímicos como la Corporación Coulter y la Corporación Cordis entre las empresas de manufactura más grande Miami. Otras compañías fabrican periódicos, materiales de construcción, yates, comidas asadas y aparatos electrónicos.

En conjunto, cerca de 65,000 compañías están localizadas en Miami. Las empresas privadas en la ciudad incluyen American Airline, Universidad de Miami y Bell South. Las pequeñas ventas y las oficinas de mercadeo están creando en gran escalas más facilidades y servicios, las firmas multinacionales ya sean locales o internacionales están trazando una localización en la vía transversal de la ciudad de Miami.

El turismo está encima de los 10 millones por año, genera más del 60 % de la actividad económica en el área de Miami. Para servir a los visitantes, aproximadamente el 10% de la fuerza laboral está empleada en Moteles, Restaurantes y facilidades

recreativas. Otras industrias tales como construcción, ventas y mercadeo, en gran parte directa o indirectamente del negocio de comercio de turista.

Miami es un centro internacional bancario y financiero, esta ciudad tiene la más grande concentración internacional y el Edge Act Banks constituye una de las mejores bases de empleo en la ciudad.

Esta ciudad es también una región agrícola importante produciendo tomates, mangos, frijoles, limón y aguacates, aunque el Condado de Dade está al sur es la mayor zona de cedro en Miami.

#### **a) Servicios:**

Las compañías de servicio, llamadas no manufactureras ofrecen muchos servicios como viajes, educación, salud y hospitalidad. Todas emplean a 300 o más personas de tiempo completo en Miami.

Existen aproximadamente 63 industrias no manufactureras entre las que se encuentran las de servicio, de negocio de construcción financieras, utilidades públicas, hoteles y otros, siendo el gobierno la principal fuente de empleo con un 27.95 % a pesar de no contar con muchas firmas en el Estado. Con un 0.12 % de empleo se encuentra otras industrias no manufactureras dentro de Miami.

El turismo es una de las principales actividades de servicio que contribuye por encima del 60 % de la economía de Miami. En 1966 Miami recibió la visita de 4.3 millones de turistas locales (46%) y cerca de 5.1 millones de turistas extranjeros (54%) procedentes de ciudades de Europa, América Latina, Canadá y otros países.

Además creció el número de vacacionistas procedentes de varias regiones de Escandinavias y Brasil. El negocio de viajes (agencias de viajes) esta en acenso. El número de convenciones ascendió a 675 en 1995, más del doble de la cifra de 1985. El número total de delegados representantes que visitaron la ciudad durante ese año fue cerca de 927,000. El porcentaje de hoteles ocupados fue de 70.2 %, el cuál aumentó en el 15.6 % al año 1996.

Para asistir a los viajeros de vacaciones o de negocios, Miami ha desarrollado letreros para los visitantes, folletos y mapas en una variedad de idiomas.

Miami también es un centro bancario por excelencia. La más grande concentración de bancos locales e internacionales de la ciudad de Nueva York están localizados en Miami. Cerca de 140 bancos comerciales, caja de ahorro, agencias extranjeras de banca y bancos gubernamentales operan en Miami, con cerca de 138.2 Billones de balboas en depósitos totales.

Los bancos de Miami proveen a clientes individuales y a corporaciones con ahorro, préstamos, inversiones, agencias de cobro, divisas y transacciones bancarias. En conjunto el área tiene 60 bancos comerciales que tuvieron un total de 26.5 billones de depósito al finalizar el año, mientras que el otro 4.9 billones en depósitos eran para sostener la economía de 17 instituciones bancarias (entre las que se encuentran el Citibank, El Banco Interamericano, El Banco De Hibraltar, El Banco Atlántico, Chase Federal Bank y otras.

En los sectores de transacciones bancarias internacionales los bancos de Estados Unidos, Canadá, Alemania, Suiza, Inglaterra, Francia, España, Japón, el Caribe y América Latina tienen oficinas en Miami para servir a los clientes de la costa con

vínculos personales o de negocios .

Miami cuenta con 42 agencias de banco exterior las cuales cuentan con 103 millones de depósitos y 11 bancos gubernamentales con cerca de 3.8 billones de dólares en depósitos.

#### **b) Comercio Internacional:**

Miami es un importante centro del comercio Internacional, cuenta con 49 consulados, 19 oficinas de comercio exterior, 24 cámaras de comercio binacionales, más de 300 empresas multinacionales y cientos de empresas nacionales.

Según el departamento de comercio de la embajada de Estados Unidos en Panamá, Miami Business Profile 1996-1997 The Beacon Council, Florida 1996 pág 75. La ciudad de Miami es la plataforma de comercio internacional las américa porque se ha especializado en desarrollar una estrecha relación con América Latina. El distrito aduanero de Miami procesa el 28 % del comercio total de Estados Unidos con América del Sur, el 47 % total con América Central y el 43% restante con el Caribe.

Para Miami la relación comercial con América Latina es vital, sus diez socios comerciales más importante son: Venezuela, Colombia, Brasil, República Dominicana, Costa Rica, Argentina, Guatemala, Honduras, Chile y Panamá.

Los negocios internacionales de Miami con el Caribe, América Latina, Europa y Asia han estado creciendo rápidamente en los años 90. El total de negocio por medio de la aduana del distrito de Miami (el cual incluye todos los puertos de Florida y los aeropuertos de sur de Tampa) pasaron los 33 millones de dólares en 1996 por encima de

los 31 millones de 1995.

Las exportaciones alcanzaron los 22.7 millones de dólares en 1996 aumentaron en 16.8 % en comparación con los 19.5 millones de 1995. Las principales exportaciones fueron a los mercados del Sur de América con 12.1 millón de dólares, mientras que con sólo 1.2 millones de dólares Miami realizó exportaciones a Australia, Oceanía y Nueva Zelanda

Por otro lado el total de las importaciones realizadas en 1996 alcanzaron las cifras de 3.3 millones de dólares, también aumento en comparación con las exportaciones del año anterior en un 14.8 % al igual que las exportaciones, los países de Sur América fueron los principales exportadores del mercado de Miami.

Los países exportadores de la región son Brasil, Colombia, Venezuela, República Dominicana y Argentina, mientras que los mayores importadores son: República Dominicana, Colombia, Honduras, Costa Rica y Japón.

Las principales exportaciones que realizó la ciudad de Miami en 1996 fueron: de maquinarias, calderas de vapor, etc, las cuales representaron 6.6 millones de dólares (29%) del total de las exportaciones. También exportaron equipos electrónicos y de telecomunicaciones, accesorios para vestir, carros y equipos médicos.

Para sostener el sector comercial de la región, docenas de oficinas de comercio, la cámara de comercio y los consolidados extranjeros están localizados en Miami proporcionando información, oportunidades de redes y material de las compañías locales.

**c) Manufactura:**

El sector de manufactura o industrial está formado por las compañías que producen todo, desde aires acondicionados y maletines, hasta telescopios y demás. En la ciudad de Miami existen 149 industrias manufactureras que emplean a 39,653 personas. Estas compañías se encuentran divididas de acuerdo al tipo de manufactura que realizan en: textiles, productos químicos, electrónicos, metales, procesamiento de alimentos, muebles, instrumentos, maquinarias, papel imprenta, plásticos, vidrios, piedra, cemento y equipo de transporte.

Dentro del sector de manufactura las empresas que ofrecen más fuentes de trabajo son las de confección de ropas y textiles (21.63%). Las más importantes son la Coach Leatherware Co. con 1,200 empleados y le sigue la Injection Nootwear Co. con 600 empleados.

La compañía más pequeña se encuentra en la categoría de metales primarios (La U.S. Foundry & Manufacturing Corporation), la cual tiene un total de 261 empleados que representan sólo el 0.66% de la fuerza laboral de la ciudad. A pesar que las manufacturas de instrumentos representan el 6.04% de industrias localizadas en la ciudad, porque solo cuentan con nueve de ellas, y tiene una fuerza laboral de 17.42 %, más baja en comparación con las textiles. Esta categoría cuenta con las dos industrias más grande de la ciudad, la Corporación Coulter con 2500 empleados y la corporación Cordis con 2000 empleados.



### **3. El Beneficio de los Incentivos para Restablecer y Expandir Compañías:**

Para aquellos que deseen establecer una corporación (Una sociedad anónima) usualmente solo requiere pocos días para su tramitación, además una sola persona extranjera puede ser el único accionista, director oficial y empleado de tal empresa.

En términos generales se necesitan pocos permisos para establecer y operar un negocio en Miami. Además, las empresas ubicadas en Miami/Condado de Dade, puede hacer negocio con empresas en todos los Estados Unidos, sin necesidad de tener permisos adicionales. Cada nueva empresa debe obtener licencias computacionales del condado, ciudad y unidad pertinente, también debe registrarse ante las autoridades fiscales, federales y estatales.

Un número de programas de incentivos para el comercio y una estructura favorable de impuesto han fomentado a muchas compañías locales e internacionales a restablecer o expandir sus operaciones en Miami. Los programas de adiestramiento, la asistencia financiera y los programas de incentivos para impuestos están disponible para el comercio nacional o internacional de la ciudad a través del estado de Florida, el principal metro del Condado de Dade y los municipios locales. La posición de Florida como un estado perfecto para trabajar es un activo adicional cuando recluta o establece empleados para Miami.

Aquí tenemos algunos de los beneficios que proporciona el comercio a los negocios en la ciudad de Miami:

**a) Impuestos:**

Al nivel del estado, los negocios y los individuos pagan impuestos sobre la renta no personal. Florida tiene un porcentaje sobre la renta social comparativamente bajo de 5.5 %, con un impuesto no inventariado, un impuesto no unitario y una serie de secciones en los impuestos sobre las ventas.

Comparadas con otras áreas metropolitanas, Miami tiene una estructura de impuestos de ventas y bienes relativamente bajos y no hay impuesto sobre la renta personal o social.

**b) Incentivo del Estado:**

El estado de Florida tiene tres programas de incentivo para compañías locales. El programa de reembolso de impuestos a industrias calificadas provee para un reembolso de impuestos arriba de los 5,000 dólares por cada nuevo trabajo, creado en Florida para negocios calificados después de haber sido certificados a través del departamento de Florida. El programa de adiestramiento de respuestas rápidas provee concesiones para comenzar el adiestramiento entre los 700 y 1000 por empleado. El programa para el desarrollo económico de transporte provee arriba de los \$2,000.00 para el mejoramiento del transporte público como un aliciente para la expansión o restablecimiento de compañías.

**c) La labor de Adiestramiento:**

Miami ofrece varios programas de asistencia para el adiestramiento de empleados. La ley de las compañías para el trabajo de adiestramiento, por ejemplo provee para el entrenamiento créditos sobre el 40% de la paga del impuesto sobre la renta federal.

El consejo de la industria privada también ofrece un trabajo de adiestramiento para la industria privada. Las escuelas públicas de Condado de Dade, las instituciones privadas y el colegio de la comunidad en Miami-Dade ofrece una gran variedad de programa para el adiestramiento vocacional y ocupacional.

**c.1. Bonos de Ingresos Industriales Tributables:**

La autoridad para el desarrollo industrial del Condado de Dade; también ofrece bonos de ingresos tributales. Esta opción financiera está disponible para una basta extensión de negocio de no manufactura desde los depósitos hasta la oficina.

Los porcentajes de interés sobre los bonos de ingresos industriales tributales son generalmente emitidas en el porcentaje del primer interés o del menor.

**d) Asistencias:**

El grupo de profesionales del Consejo de Beacon ofrece a los negocios restablecidos o en expansión una extensión completa de servicios gratis, incluyendo

sitios y lugares para giras, información sobre la existencia de programas financieros federales, estatales y locales y presentaciones de venta.

#### **d.1. Los Beneficios de los Impuestos e Incentivos:**

Según RAMSEY, Jackson, enciclopedia del Management, Grupo Editorial Océano, Tomo 2, España. 1990.

La estructura de los Impuestos de Miami están situados en una posición competitiva con otras mejores áreas metropolitanas. Los negocios en el Condado de Dade-Miami gozan de:

- No pagan impuestos sobre la renta social local
- No pagan impuestos sobre la renta personal.
- No pagan impuestos sobre la renta federal.
- No pagan impuestos de propiedad sobre inventarios.
- No pagan impuestos corporativos sobre sociedades limitadas.
- No pagan impuestos de propiedad sobre alimentos en tránsito por más de 180 días.
- No pagan impuestos de propiedad sobre alimentos en tránsito por más de 180 días.
- No impuesto sobre ventas de alimentos manufacturados o producidos en el estado para exportar fuera del estado.
- No impuesto sobre ventas de compras de materiales en bruto incorporados en el producto final para la reventa.

- No impuestos sobre ventas de combustible para calderas.
- No impuestos sobre ventas de la co-producción de electricidad.
- No impuestos de franquicias sobre el capital comercial.
- Excepción en el impuesto sobre ventas para las industrias del entretenimiento.
- Dividendos de origen extranjero están suprimidos desde la fase del impuesto sobre la renta social.

#### **d.2. Servicios de Asistencia Empresarial del Beacon Council:**

El Beacon Council es la organización oficial de desarrollo económico de Miami/Condado de Dade. Es una organización privada sin fines de lucro, la cual se compone de los sectores públicos y privados.

En su capacidad oficial, el Beacon Council coordina los recursos de la comunidad para asistir en la formación, reubicación, desarrollo y crecimiento de empresas, así como la retención y bienestar de las empresas existentes.

El Beacon Council ofrece ayuda gratuita y confidencial, asistiendo a los interesados con:

- Estudios personalizados de investigación y mercado.
- Permisos
- Identificación de posibles sitios de operación.
- Concentración y entrenamiento de personal.
- Programa de incentivos empresariales.
- Reubicación de empleados.

- Introducciones a empresarios y líderes comunitarios locales.

**e) Incentivos del condado:**

**e.1. Bonos de ingresos industriales de impuesto:**

La autoridad para el desarrollo industrial del Condado de Dade ofrece financiamiento con bajos intereses para proyectos con firmes ventajas, a través del uso de los bonos de ingreso industriales externos de impuestos para negociaciones que esperan establecer o expandir sus operaciones en el condado de Dade-Miami. El porcentaje de interés de estos bonos es aproximadamente más bajo que el original.

Los proyectos elegidos para el financiamiento exentos de impuesto incluye fabricación, proceso, ensamble, impresión y otros. El financiamiento está disponible por arriba del 100% del caso del proyecto, no excede de los 10 millones.

La ganancia de los bonos puede usarse para financiar:

- Adquisición de tierra.
- Construcción de Edificios.
- Compra de equipo e instalación.
- Honorarios de arquitectura e Ingeniería.
- Costo de emisión por arriba del 2% de la impresión de bonos.

#### **4. Medios de transporte de Miami:**

Unos de los factores que define a una gran ciudad Internacional es la facilidad con la gente puede llegar a su destino y desplazarse dentro del lugar. Miami es excepción en el sureste de Estados Unidos pues posee uno de los aeropuertos internacionales más activos del mundo, un puesto que está en primer lugar en línea de cruce y barco de carga y una red completa de carreteras combinado con un sistema elevado de tránsito rápido, trenes y autobuses públicos.

##### **a) Terrestre:**

La Ciudad de Miami tiene un sistema de transporte terrestre externo que incluye las mejores carreteras y vías a lo largo del área.

El sistema de ómnibus de la ciudad, cuyos servicios se extienden a más de 500 millas cuadradas y llevan cerca de 12,000 pasajeros diariamente establece conexiones con el sistema de trenes elevados (Metrorail) y del portagente (Metromove) dos de los más nuevos sistemas ferroviarios elevados de la nación. El metrorail es un extenso sistema de tránsito rápido que conecta la área de Kendall, el sur de Miami, el centro médico, el noreste del Condado de Dade y Hialeah.

En el centro de la ciudad de Miami, el metrorail se conecta con el metromove que es el primer portagente urbano de la nación y circunda los establecimientos comerciales y las atracciones del centro de Miami en un máximo de 11 minutos. Tiene un movimiento rápido de pasajeros a las estaciones de Brickell, en el centro del gobierno de

la ciudad.

Actualmente se construyen prolongaciones del sistema de metrorail. La conexión final de la red de transporte terrestre le proporciona el Tri-rail, el sistema de trenes de 67 millas, a través de la terminal ferroviaria del Amtrak situada al noreste del Condado de Dade. Este sistema de transporte de pasajeros enlaza con el oeste de Palm Beach, Boca Ratón; Fort Lauderdale, Hollywood y Miami también conexiones directas, mediante omnibuses especiales, con el aeropuerto Internacional de Miami y el sistema ferroviario Metrorail. El sistema de omnibus Metrobus es el transporte con el mayor número de estaciones (70), también cuenta con una flota de 650 buses, el cual tiene una capacidad para 93 personas. Opera las 24 horas del día, por consiguiente, es el que cuenta con la mayor cantidad de pasajeros por día (199.900). Por el contrario, los trenes (Metroail, Metromover y Tri-rail) cuenta con menos estaciones y con menos flotas de carros. A pesar de contar con capacidades mayores de pasajeros que el metrobus, tiene menos pasajeros registrados por día, esto se debe a que no trabajan las 24 horas del día (14 horas con 15 minutos).

#### **b) Marítimos:**

Situados en la Costa Atlántica, Miami es el mayor puerto para la llegada de carga y tiene las mejores líneas de cruceros. 1960 el puerto de Miami, administrado por la comisión portuaria del Condado de Dade, comenzó en gran extensión la explotación en las profundidades del mar en la Bahía de Viscaya. Además los cargamentos y las facilidades para los pasajeros, el terminal de Viscaya es usado como base para la



administración atmosférica y oceánica nacional y por la escuela de marina Rossentull de la Univesidad de Miami.

Cuando se trata de transporte marítimos, el puerto de Miami es conocido también como líder a nivel mundial. La flota de barco de crucero tiene su base en el puerto, es la mayor del mundo, cerca de 3 millones de pasajeros al año disfrutan de excursiones hacia las Bahamas, el Caribe, México, Centro y Sur América. El tráfico de pasajeros a través de los puertos continua acrecentándose. En 1996 alcanzó la cifra de 297,403 pasajeros, en un 2.3% incrementó por encima del año anterior.

Con líneas de embarque sirviendo virtualmente en cada puerto del mundo, el Puerto de Miami en 1996 registró un tráfico de carga de 5.0 millones de toneladas, que representan un incremento de 5.0 % en comparación con el año anterior.

Los puertos que utilizan la ciudad de Miami para realizar negocio con Panamá son: Balboa, Coco Solo, Colón, Cristóbal, Las Minas, Manzanillo y Panamá.

#### **c) Aéreo:**

El aeropuerto internacional de Miami, localizado en la parte occidental de Miami, es uno de los aeropuerto más activos del mundo, brindan servicios cerca a 100 aerolíneas que vuelan a más de 150 ciudades en cuatros continentes.

Algunas aerolíneas Latinoamericanas que brindan servicio en Miami son:

- Alm Antillean Airlines (Curacao).
- Avianca (Colombia).

- Bwa Airlines (Trinidad y Tobago)
- Copa Airlines (Panamá)
- Aerolíneas Argentinas.
- Aeroperú (Perú)
- Air Jamaica (Jamaica).

En 1996, 33.2 millones de pasajeros pasaron por el Aeropuerto de Miami, lo que representa un aumento del 10%, en comparación en 1995, es considerado como la séptima terminal aérea de más movimiento de los Estados Unidos por el número total de pasajeros. El tráfico de pasajeros locales fue de 18.8 millones y el internacional fue de 14.4 millones de personas. El tráfico de carga a través de los aeropuertos de la ciudad de Miami continúan ascendiendo año tras año, en 1996 fue de 17.5 millones de toneladas, en un incremento por encima del año anterior.

## **5. Características del Consumidor:**

La población del Área Metropolitana de Miami, según el Bureau de censos de los Estados Unidos, es de 3,661,000 habitantes, lo que la convierte en la segunda área mayormente poblada de la Florida.

Cerca de 1.358 millones de hispanos residen en Miami, lo que representa el 37.7% de la población total de la ciudad y cerca del 5.0 % de la población hispana de los Estados Unidos. Debido a esta importante participación de la población Latina, Miami es considerado uno de los principales mercados hispanos en los Estados Unidos.

Demográficamente, Miami es una comunidad joven, con una población

mayoritaria de hombres entre las edades de 25 a 34, que representan el 15.9%. Las mujeres contribuyen con un 15.1% de la población, en las edades de 35 a 44. En caso contrario, los grupos con edades minoritarios los constituyen, en los hombres, las personas de 75 años y más que representan el 5.0%, y las mujeres de 5 a 14 años, con el 7.3%

Dentro de este mercado, la población de origen cubano es la más grande con un 59.0 % del total. En segundo lugar se ubican los residentes de origen puertorriqueños con 7.0% y los de Nicaragua, en tercer lugar con una participación de 6.8%.

Con base en estos datos, podemos determinar que el consumidor potencial del mercado de Miami es de origen hispano, principalmente de descendencia cubana, con una edad promedio de 34.2 años.

Sin embargo, es importante destacar la importancia de los otros grupos étnicos que conforman el total de la población de Miami, conformado por personas de descendencia afroantillana o negra, que representa el 27.0% de la población total. Además, de una minoría de población judía, principalmente de edad avanzada.

**CUADRO III. POBLACIÓN HISPANA POR PAÍS DE ORIGEN**

PAÍS DE ORIGEN	NUMERO	PORCENTAJE
Mexico	27,160	2 %
Puerto Rico	95,060	7,0%
Cuba	801,220	59,0%
Rep. Dominicana	27,160	2,0%
Centro América	108,640	8,0%
Colombia	81,480	6,0%
Perú	27,160	2,0%
Otros	190,120	14,0%
Total	1,358,000	100,0%

Fuente: <http://sis.fsu.edu>

## **6. Demanda del Mercado:**

El mercado de vegetales fresco de los Estados Unidos, según el servicio de investigación del Bureau Censo, consume anualmente alrededor de 216,273.1 toneladas de zapallo, convirtiéndose en el mercado más importante para la producción nacional.

El consumo de zapallo presenta en el mercado norteamericano, para el período de 91-95 una tasa de crecimiento de 12.29%.

Para satisfacer este consumo, los productores norteamericanos aportan un 45.1% lo que hace necesario importar la diferencia, es decir, el 54.9%. el consumo de este rubro tiene una marcada estacionalidad debido a los irregulares flujos de oferta durante el año. Es así, como se presentan las denominadas ventanas de exportación, durante este período los precios son mejores, ubicándose en los meses de octubre a marzo.

En los meses restantes, tratar de incursionar en el mercado resulta más fácil debido a que la mayoría de la producción norteamericana es colocada en el mercado a fin de satisfacer el consumo.

En los meses restantes, tratar de incursionar en el mercado resulta más fácil debido a que la mayoría de la producción norteamericana es colocada en el mercado a fin de satisfacer el consumo.

Para comprender el comportamiento del mercado de zapallo en Norteamérica, se presenta el siguiente cuadro con las cifras del consumo, demanda y oferta panameña, en toneladas métricas, en el período 91-95.

**CUADRO IV. CONSUMO, DEMANDA, OFERTA DE ZAPALLO EN EL MERCADO NORTEAMERICANO**

<b>AÑOS</b>	<b>CONSUMO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA PANAMEÑA</b>	<b>%</b>
1996	219,548.3	125,558.6	9,040	7.20
1997	228,474.7	136,830.8	11,372	8.31
1998	236,503.3	146,937.3	13,356	9.09
1999	242,899.0	157,416.2	15,116	9.60
2000	249,793.6	166,696.3	16,997	10.20

**Notas:** Cifra estimadas, manteniendo la tasa de crecimiento presentada en el período 1991-1995.

**CUADRO V. DEMANDA, OFERTA DE ZAPALLO EN EL MERCADO NORTEAMERICANO: AÑOS 1996-2000 (Toneladas)**

<b>AÑOS</b>	<b>CONSUMO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA PANAMEÑA</b>	<b>%</b>
1991	192,595.5	80,807.6	1,433.7	1.77
1992	192,700.0	85,617.0	1,531.2	1.79
1993	196,541.8	96,547.3	3,162.5	3.28
1994	207,110.5	104,455.2	5,690.5	5.45
1995	216,273.1	118,788.7	7,860.5	6.62

**Fuente:** Economía Research Service, USDA and Bureau of The Census  
Comercio Exterior, Contraloría General de la República.

**CUADRO VI. CONSUMO DE ZAPALLO EN EL MERCADO NORTEAMERICANO**

<b>AÑOS</b>	<b>CONSUMO EN TONELADAS</b>
<b>1983</b>	<b>116,754.8</b>
<b>1984</b>	<b>127,368.9</b>
<b>1985</b>	<b>130,589.4</b>
<b>1986</b>	<b>135,488.2</b>
<b>1987</b>	<b>146,193.0</b>
<b>1988</b>	<b>178,579.5</b>
<b>1989</b>	<b>197,040.8</b>
<b>1990</b>	<b>194,591.4</b>
<b>1991</b>	<b>192,595.5</b>
<b>1992</b>	<b>192,700.0</b>
<b>1993</b>	<b>196,541.8</b>
<b>1994</b>	<b>207,110.5</b>
<b>1995</b>	<b>216,273.1</b>

**Fuente: Servicio de Investigación Económica del Bureau de Census,  
Departamento de Comercio**

Según el Servicio de Investigación Económica del Bureau de Cencus, el mercado de zapallo necesita cerca del 54.9% de importaciones para ser satisfecho, es decir, consumen alrededor de 216,273.1 toneladas de lo cual requiere importar 118,788.7 toneladas debido a que los productores nacionales solo aportan 97,539.3 toneladas.

Esta demanda exterior es satisfecha por México, Honduras, Costa Rica, Panamá y otros países en magnitudes mucho menores.

Sin embargo, cabe señalar que la presencia en el mercado norteamericano del producto panameño, según el Ing. Pedro Castillo, Director de servicios de información comercial del Instituto de Mercadeo agropecuario, va en aumento. Su afirmación se basa en las cifras que demuestran que en los últimos años, el volumen de la exportaciones panameñas hacia este mercado ha presentado una tasa de crecimiento de 20.9%, cifra muy superior a los que presentó Costa Rica de tan solo 11.4%.

Si se mantiene el crecimiento reflejado en la cifras, Panamá podría en poco tiempo captar una mayor porción del mercado norteamericano, inclusive convertirse en el principal productor y exportador de zapallo hacia los Estados Unidos, de la región centroamericana.



**CUADRO VII. DEMANDA DE ZAPALLO EN EL MERCADO NORTEAMERICANO**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA</b>
1970	26,193
1971	29,377
1972	38,495
1973	39,636
1974	42,645
1975	37,090
1976	51,551
1977	67,786
1978	81,645
1979	93,807
1980	86,912
1981	80,868
1982	104,210
1983	114,813
1984	113,209
1985	122,055
1986	126,194
1987	153,091
1988	141,604
1989	174,590
1990	172,837
1991	178,150
1992	188,753
1993	212,850
1994	230,284
1995	261,884

Fuente: Servicio de Investigación Económica del Bureau de Census, departamento de Comercio

## **7. Oferta:**

Como se mencionó anteriormente, el mercado norteamericano importa zapallo de países como México, Honduras, Costa Rica, Jamaica y Ecuador.

En 1995 mismo período Panamá exportó hacia los Estados Unidos 7,860.4 toneladas de zapallo lo que representa 408 contenedores.

La oferta de la producción panameña satisface cerca del 6.6% de la demanda norteamericana, sin embargo la producción nacional va en aumento, la cantidad de hectáreas sembradas crece, los sistemas de riego y fertilización mejoran y se modernizan, lo que ha logrado ubicar al productor panameño en los primeros lugares de preferencia del consumidor de Miami

A pesar que las cifras utilizadas anteriormente, suministradas por el sistema de Investigación Económica del Bureau Censos de los Estados Unidos y la Sección de Comercio Exterior de la Contraloría General de la República, del año 1995 que en ambas dependencias son las últimas cifras oficiales comparables disponibles, cabe señalar que las exportaciones y la oferta de los productores panameños al mercado norteamericano ha aumentado considerablemente.

Según preliminares, facilitadas por el Lic. Ricardo Gonzáles, del Centro de Información del IMA, en el año 1996 Panamá colocó 10,621.1 toneladas en los Estados Unidos y en el primer trimestre de 1997 9,579.0 toneladas lo que quiere decir que se han enviado alrededor de 497 contenedores de zapallo.

De mantenerse esta tendencia, al final de 1997 Panamá se ubicaría en el primer lugar en exportación de zapallo de la región centroamericana y del Caribe. Según

proyecciones del Ing. Pedro Castillo, director del servicio de Información Comercial del IMA, lograríamos enviar más de 1500 contenedores con alrededor de 38, 315.9 toneladas de sal al mercado norteamericano.

**CUADRO VIII. AVANCE DE EXPORTACIONES DE ZAPALLO ENERO-MARZO DE 1997**

**REPÚBLICA DE PANAMÁ  
INSTITUTO DE MERCADEO AGROPECUARIO  
PROGRAMA DE AGROEXPORTACIONES**

	<b>1er TRIMESTRE</b>		<b>ENERO</b>		<b>FEBRERO</b>		<b>MARZO</b>	
<b>Empresa Agroexportadora</b>	<b>Quint</b>	<b>Cont</b>	<b>Quint</b>	<b>Cont</b>	<b>Quint</b>	<b>Cont</b>	<b>Quint</b>	<b>Cont</b>
<b>TOTAL</b>	<b>211180</b>	<b>423</b>	<b>45447</b>	<b>92</b>	<b>82402</b>	<b>164</b>	<b>83281</b>	<b>167</b>
Agric Export Comp	15568	31	1000	2	5568	11	9000	18
Agroamérica	3612	7	610	1	2000	4	1002	2
Agro Export Atlanta	994	2	0	0	0	0	994	2
Agrofrut	13001	26	5000	10	5000	10	3001	26
Agro. Del Pacífico	500	1	500	1	0	0	0	0
Camra	1792	4	500	1	408	1	884	2
Coclé Produce	50	n/s	0	0	0	0	0	0
Comexa	20000	40	2500	5	5000	10	12500	25
Cofrut	2500	5	0	0	0	0	2500	5
Concep. Navarro	2952	7	1152	3	900	2	900	2
Comercial Z. Agrícola	960	2	960	2	0	0	0	0
Exp. Co.P. y E. Invest	845	2	845	2	0	0	0	0
Exp. Agr. German D L	15570	31	2500	5	5570	11	7500	15
Fruit and Vegetables	34500	69	6000	12	18000	36	10500	21
Prov. Agr. Hnos Perez	3360	7	2880	6	480	1	0	0
Quality Fruit	5500	11	0	0	5500	11	0	0
Roica	5460	11	1500	3	1960	4	2000	4
Terman Pña Export	72840	145	15000	30	27840	55	30000	60
Ucape	11176	22	4500	9	4176	8	2500	5

Fuente: Dirección Regional del IMA

**CUADRO IX. INSTITUTO DE MERCADEO AGROPECUARIO  
DIRECCIÓN DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN  
COMERCIAL**

PRODUCTO	PREC		EMPAQUE	PESO	UNIDAD	PAIS EXPORTADOR	SEMANA
	MIN	MAX					
ZAPALLO	12.45	12.92	SACO	50 Lb	-	PMA/C.RICA	31/01/97
	12.92	13.50	SACO	50 Lb	-	C.RICA/PMA	28/02/97
	11.50	12.45	SACO	50 Lb	-	PMA/C. RICA	30/03/97
	7.00	8.00	SACO	50 Lb	-	PMA/C. RICA	23/05/97
	7.00	7.00	SACO	50 Lb	-	PMA/C. RICA	29/05/97
	6.50	7.00	SACO	50 Lb	-	PMA/C. RICA	03/06/97

Fuente: Fruit and Vegetable market news, Federal State Market News Service,  
USDA/Internet

**a) Principales Variedades Cultivadas En El País:**

Antúñez en su obra ya identificada, señala que “*en Panamá se cultivan varios tipos de zapallo y para diferentes fines o usos, por ejemplo: para forraje o alimentación animal, existe una variedad criolla cuyas características especiales es su gran tamaño (hasta 70 libras por fruto), así como también su resistencia para el almacenaje en cuanto a tiempo y condiciones de nuestro medio.*”

Existen otros tipos de zapallos criollos destinados al consumo humano, sin embargo, no hay identificación genética que determinen variedades o tipos, las cualidades de estas son la suavidad de su pulpa y la resistencia al transporte y al almacenaje, sin embargo estos tipos no presentan uniformidad en los frutos, lo que les resta buena presentación para el mercado internacional.

El primer material semilla con fines comerciales salió a inicios de la década de los 80, este material híbrido fue desarrollado por el Instituto de Investigación Agropecuaria

(IDIAP), en un trabajo técnico encabezado por el Ing. Germán De León Monteza, consagrado fitomejorador de nuestro medio. El nombre que le dio a este híbrido fue “ZAPALLO PAPA” y las principales cualidades de este material son: la uniformidad del fruto en cuanto a tamaño, peso, calidad de pulpa y coloración interna y externa. En cuanto a los rendimientos obtenidos, éstos registraron un promedio de 250 quintales por hectárea en siembras comerciales.

Con el interés de diversificar las exportaciones agrícolas no tradicionales, se incorporó la producción del Zapallo Papa como cultivo de exportación, sin embargo los resultados no fueron positivos, debido a que el producto mostró no tener resistencia para el transporte y sus frutos tanto en color externo y tamaño no se ajustaban a las exigencias del mercado. Datos obtenidos tanto en Estados Unidos como también con los productores indicaron que en las pérdidas sufridas por la mala llegada del producto a los EE.UU. y la indemnización que se tuvo que realizar a los productores por la inversión en campo, superaron los \$150,000 en 1986.

Los resultados negativos de esa experiencia motivaron a la empresa exportadora a obtener semillas importadas para poder continuar desarrollando su programa de exportación; en tal sentido, se importaron semillas desde Costa Rica “SELLO DE ORO” y desde Jamaica “JAMAIQUINO”.

En esa búsqueda internacional de semillas aptas para la exportación, se localizó a fines de 1987 semillas de líneas caribeñas, identificadas como “SELLO CAMAGUEY” y que luego de un proceso de prueba en campos que incluyeron clasificación, autopolinización y selección, se convirtió en la VARIEDAD D.A.H.I.F.A. Actualmente la empresa COMEXA S.A. desarrolla en Azuero un programa de “Selectividad y

Multiplicación de Semilla del Tipo Dahifa”, con la finalidad de disponer de este material de polinización nacional del cultivo del zapallo.

Con la variedad “DAHIFA”, se han logrado muchos objetivos entre los cuales están altos rendimientos, resistencia al transporte, buena calidad de pulpa, buen color externo y lo más importante la VARIEDAD DAHIFA logró establecerse positivamente en el mercado de EE.UU., desplazando por su preferencia a los tipos SELLO DE ORO y JAMAQUINO, a tal punto de identificarse comercialmente en el mercado de EE.UU. como la “CALABAZA PANAMÁ”.

Con mayor adelanto en el mejoramiento genético, se pueden señalar tres materiales, a saber:

a.1) El primero de estos híbridos se denomina DELEITE y sus características son frutos grandes, de piel lisa, color verde, con manchas amarillas y su forma es tipo pera.

a.2) El segundo es un híbrido identificado como “PANAMÁ”, sus frutos son grandes, acanalados y su color al madurar es amarillo naranja.

a.3) El tercer híbrido denominado “AZUERO”, cuyos frutos son redondos, de piel acanalada y color verde amarillo.

Los tres materiales han demostrado tener significativas cualidades desde el punto de vista agrícola, pues los resultados de rendimiento indican que se pueden obtener mucho más de 600 qq/ha., además la producción de sus frutos se da más uniforme y la tendencia es desarrollar mayor cantidad de frutos grandes.

En cuanto a calidad de la pulpa, los tres ofrecen cualidades similares a la híbrido “PAPA”, por lo que garantizan una buena aceptación en el mercado internacional.

## C. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO DEMANDADO

### 1. Producto:

El Ingeniero Francisco Antúnez, en su obra *“El cultivo de zapallo de exportación en Panamá”*, señala que “botánicamente, el zapallo pertenece al grupo o familia de las cucurbitáceas del tipo de los peponoídes; existen tres líneas principales identificadas y conocidas como CUCURBITA PEPO, CUCURBITA MOSCHATA y CUCURBITA MAXIMA.”

Existe casi la plena seguridad de que el producto es originario de Sur América, comúnmente se conoce con diferentes nombres según la región o país donde se cultiva, en México se le llama “Calabaza” al igual que en el Caribe, en Centro América se le identifica como “Ayote”, mientras que en Sur América se le conoce como “Auyama” o “zapallo” y en nuestro país se le nombra comúnmente “Zapallo” o “Melón de Sopa”.

El zapallo es una planta anual o de ciclo corto; entre la siembra y la cosecha pueden transcurrir de 100 a 150 días, sus frutos son redondos achatados de color verde y ligeramente oblongos, su carne o pulpa cuando está sazón es de color amarillo brillante.

Como indicamos anteriormente, el zapallo es una planta perteneciente a las cucurbitáceas, la planta se compone de un sistema radicular profundo abundante y múltiple, su follaje se compone de tallos principales, talludos y guías, sus hojas son grandes de color verde grisáceas, sus flores en forma de campanas son de color amarillo intenso. La planta de zapallo es considerada como una especie rastrera, pero en ocasiones



se le puede encontrar trepada en los árboles y cercas, dando la apariencia de ser cultivo de barbacoa.

**a) Aspectos Nutritivos Del Zapallo:**

El zapallo es una buena fuente de vitamina A, al consumirlo escoja la variedad cuya pulpa sea de color amarillo intenso, ya que contiene mayor cantidad de vitamina A. Sus semillas son de valioso contenido proteico, tiene además fibras y se le atribuye altas cualidades organolépticas tanto para alimentación humana como en raciones de animales.

Su costo y disponibilidad hace de este producto un alimento bastante accesible al consumidor.

El zapallo se utiliza en el almuerzo y la cena, hervido, frito, en sopas, purés, acompañando carnes, arroces y ensaladas, dulces, postres, puré rallados y gratinados. Además, este valioso cultivo nos aporta a nuestra alimentación, a través de sus hojas tiernas, muchos nutrientes, los cuales se emplean en sopas, tortas y guisos.

## **D. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN PARA LA EXPORTACIÓN**

### **1. Calidad:**

#### **a) Manejo Agrícola del Cultivo de Zapallo:**

Tradicionalmente el cultivo del zapallo fue considerado como un cultivo dócil, rústico y silvestre al cual no se le dispensaba ninguna técnica de manejo agronómico. Esto quizás debido a que las variedades cultivadas y consideradas como criollas se sembraron en mínimas escalas y las mismas se habían hecho resistentes por adaptación climática y agronómica a las plagas y enfermedades.

En el año de 1986 se iniciaron las primeras siembras con técnicas de producción ya que el producto sería destinado a la exportación. Las recomendaciones técnicas se hicieron en función de la debida preparación del suelo, acompañado de un programa de fertilización y fumigación, así como también se recomendó el proceso de poda cuando la planta hubiera desarrollado unos 60 centímetros, otra técnica fue la de colocar colmenas de abejas para garantizar el cuaje de mayor cantidad de frutos a través del proceso de polinización que ejecutan las abejas y otros insectos naturales. El zapallo cuenta con flores masculinas, femeninas y hemafroditas, y la utilización de las abejas aseguran o incrementan el amarre o cuaje de mayor cantidad de frutos en la planta.

Como se señaló, desde 1986 se adoptaron las técnicas semimecánicas para el manejo agronómico y comercial del cultivo. Transcurridos 10 años, es decir hasta 1996,

las técnicas se mantienen y las variaciones que registran son en relación a las densidades de siembra, a los tipos de semilla que se siembran, a los programas de fertilización que se utilizan y que se ajustan en cada caso según la estructura de los suelos en donde se desarrolle el cultivo. Según reportes del IDIAP, actualmente se están evaluando una 26 líneas de zapallo a nivel oficial y la empresa privada mantiene avance sobre otras 10 líneas de zapallo con fines de exportación.

El documento “Manejo integral del cultivo de zapallo” del Ing. Nivaldo De Gracia, de abril de 1997, señala que según el MIDA, las zonas potenciales para el cultivo del zapallo son:

- Chiriquí: San Félix, San Lorenzo, San Juan, Alanje, San Andrés (Baitum)
- Herrera: Parita, Pesé y Océ
- Los Santos
- Coclé: Natá, Penonomé
- Panamá: Chepo, Capira
- Veraguas: Calobre, Santiago

#### **b) Algunos Pasos Importantes En El Cultivo:**

- Disponer de un suelo drenado, con más de 5 P.H. y aluminio bajo (alto en fósforo)
- Tener disponibilidad y equipo para el riego.
- Hacer una preparación del suelo adecuada, arado, rastrado y surcado.
- Fertilizar a la siembra o hasta 10 días de la siembra.

- Podar la planta cuando hubiera desarrollado unos 60 cms. de la base principal.
- Hacer una segunda aplicación de fertilizantes nitrogenado.
- Mantener la parcela limpia de malezas.
- Colocar al menos una colmena por cada ha.
- Mantener un buen programa de fumigaciones de acuerdo a la situación de fitosanidad que se presente de plagas y enfermedades.
- Drenar el campo para evitar los excesos de humedad.
- Realizar la cosecha cuando los frutos indiquen que están listos para el corte.
- Transportar los frutos adecuadamente hasta los centros de empaque.

### **c) Plagas y Enfermedades Que Atacan Al Cultivo Del Zapallo:**

Entre las principales plagas que atacan al cultivo, se encuentran los BARRENADORES DEL FRUTO tales como: DIAPHANIA (DYHIALINATA Y NITHIDALIS), los AFIDOS y la MOSCA BLANCA que puede transmitirle virus a la planta. En cuanto a enfermedades fungosas se presentan el MILDEW LANOSO y POLVORIENTO, ANTHRACNOSE y algunas enfermedades causadas por bacterias como la ERWINA SP, los parásitos tales como los NEMATODOS DE SUELO también contribuyen como plagas que atacan al cultivo.

#### **d) Control, Manejo De Plagas y Enfermedades:**

El Productor siempre debe recordar que el más efectivo y económico método para el control y manejo de plagas y enfermedades, estará en la identificación oportuna y segura de la plaga y la aplicación del plaguicida específico, con las dosis recomendadas.

Sin embargo, debe tener en cuenta los riesgos para la salud humana, animal y el medio ambiente que conlleva la aplicación de plaguicida y químicos en general. Debido al creciente uso de estos elementos, su fácil obtención, las condiciones inadecuadas de manejo por el desconocimiento de riesgos y la falta de capacitación en cuanto a las medidas preventivas, son crecientes los casos de intoxicación con síntomas que van desde el mareo, la irritación de mucosas,, vómitos, taquicardias y trastornos neurológicos, hasta la muerte si hay intoxicación severa y tratamiento inadecuado de la misma.

Se ha efectuado una recopilación de las fuentes más abajo indicadas, de los principales químicos utilizados, así como de la toxicología y precauciones y restricciones a su uso en los Estados Unidos, con el fin de ilustrar a los usuarios de estos sobre las consecuencias tanto de su manejo, como de posibles restricciones a la importación del zapallo en el mercado de destino, Miami, Estados Unidos, por controles sanitarios actuales o futuros en ese país.

Según estadísticas del Ministerio de Salud, aparecidas en el boletín epidemiológico volumen XXI, N° 3 de 1997, desde 1990 a inicios de 1997, en Ocu hubo 10 casos de intoxicación por Furadan, 4 casos por Gramoxone y uno en cada caso con Malation y Propanil. Se observó que los aplicadores no utilizaban camisas manga larga,

sombreros, mascarillas, lentes, guantes, etc. La bomba de riego tenía escape por la manguera y estaba rota en la parte de atrás. Asimismo, debe disponerse del adecuado manejo del excedente, del lavado de la ropa del aplicador, sin mezclarla con la del resto de la familia. También se ha observado que en muchas ocasiones el producto se mantiene sin rotular y menos aún con aviso de peligro o de su condición de veneno.

El diario La Prensa, en su edición del 21 de abril de 1997, página 33, da cuenta de la reciente visita del consultor de la Organización Internacional del trabajo, Jairo Restrepo, el que encontró “graves irregularidades” en el uso y comercialización de venenos y agroquímicos en Panamá. Entre estos, el uso de fungicidas y herbicidas que no tienen antidotos. También su comercialización sin restricción ni indicación del peligro de su uso.

A continuación se presentan en distintos cuadros, las diferentes plagas, malezas e insectos que afectan al zapallo, los químicos a utiliza, la dosis requerida, sus restricciones en los EE.UU. y toxicología. Las fuentes son las indicadas más abajo.

### **Manejo de malezas**

#### **Malezas de hoja ancha:**

<b>Nombre común</b>	<b>Nombre científico</b>
Bledo :	Amaranthus sp
Verdolaga :	Portulaca oleracea
Malva :	Malachra alceifolia
Topeton :	Physalis angulata
Flor amarilla :	Baltimora recta
Meloncillo :	Cucumis melo

**Malezas de hoja angosta:**

Nombre común	Nombre científico
Pata de gallina	Eleusine indica
Pimentilla	Cyperus rotundus
Manisuris o peluda	Rottboellia cochinchinensis

**Control químico**

Nombre comercial	Nombre técnico	Dosis del producto comercial/agua
Round Up 41%	Glifosato	7.5 - 10 cc/litro 1.5 litro/tanque
Fusilado 25 wp	Fluazifop butil	1.25 - 2.5 cc/litro 0.5 litro/tanque

**Manejo de enfermedades o plagas**

**Enfermedad o plaga:** *Nemátodos Meloidogyne spp*

**Medidas curativas:**

Nombre Comercial	Nombre Técnico	Restricciones al producto en los EE.UU	Toxicología
FURADAN	CARBOFURAN	Prohibido su uso en	Es altamente tóxico por granos. La presentación inhalación e ingestión y en líquido se permite, pero moderadamente tóxico está clasificada como por absorción dérmica. Pesticida de Uso Restrin- Puede causar quema-

obstante, en los posible

EE.UU lleva su cancerígeno

envase el signo humano.

“Cuidado”, que

indica baja toxi-

cidad.

MANZATE MANEB

Los productos que Es moderadamente

contienen maneb, tóxico en huma-

deben llevar la nos. Puede ocasio-

palabra “Cuidado”. nar irritación local,

Los aplicadores inflamación de la

deben llevar ropa piel, ojos, tracto

especial. Se cance- respiratorio. La

laron varios pro- respiración de su

ductos de uso para polvo o spray

jardines de casas, puede causar irrita-

porque se presume ción de membra-

que los usuarios nas mucosas En-

particulares no venenamiento con

llevan ropa protec- cantidades mayo-

tora. res producen vó-

mitos, diarreas,

convulsiones,

coma, parálisis



gido. Su envase debe estar duras en piel y ojos.  
rotulado “Peligro”

VYDATE L      OXAMYL      Prohibido su uso en Oxamyl ha sido clasifi-  
granos. La presentación cado como extrema-  
en liquido se permite, pero damente venenoso para  
está clasifica da como humanos. Puede entrar  
Pesticida de Uso Restrin- al cuerpo por inhala-  
gido. Su envase debe estar ción, ingestión o absor-  
rotulado “PeligroVeneno”. ción dérmica,

MOCAP.      ETHOPROP

**Insectos:**

**Barrenador del tallo: melitilla sp.**

**Gusano del melón: Diaphania hyalinata**

**Gusano del fruto: Diaphania sp.**

**Piojos: Aphis gossypii**

**Mosca Blanca: Bemisia tabaci**

**Chinillas: Diabrotica spp**

<i>Nombre Comercial</i>	<i>Nombre Técnico</i>	<i>Dosis del Producto Comercial /Agua</i>	<i>Restricciones en los EE.UU.</i>	<i>Toxicología</i>
DIMETOATO	DIMETOATO		Sus productos	Es moderadamente
			deben llevar la	tóxico por ingestión,
			palabra	inhalación y absor-
			“Advertencia”.	ción dérmica. La
				piel que ha estado
				en contacto con

dimetoato debe ser lavada inmediatamente con agua y jabón y la ropa cambiada. Contiene organofosfato, que es absorbido fácilmente por los pulmones, por lo que debe ser evitado por personas con problemas respiratorios. Es un posible cancerígeno.

DIPEL 2 X	BACILLUS	0.63-1.25 g ó	Sin mayores restricciones, de reco- mienda chequear con las regulacio- nes estatales para restricciones loca- les.	No se han reportado daños a humanos en contacto con este insecticida.
	THURINGIEN	126-250 g/tan		
	SIS	4.5-9 onz/tan		
DIAZINON	DIAZINON	1.75-3.75 cc/l	Está clasificado como suave a moderadamente	Se han reportado daños en aplicadores del producto y
BASUDIN 606		ó		
EW		350/tanque		

				tóxico, dependien- residentes. Causa
				do de la formula- diarrea, vómitos,
				ción. Su envase dolor de cabeza, de
				debe decir : pecho, debilidad,
				“Cuidado o salivación y otros
				Advertencia”. síntomas.
LANNATE	METHOMYL			Está clasificado Es un material
				como Pesticida de altamente venenoso
				Uso Restringido. para humanos, si se
				ingesta o absorbe en
				los ojos. Moderada-
				mente venenoso si
				se inhala, pero de
				baja toxicidad al
				contacto con la piel.
AMBUSH	50 PERMETRINA	6 cc/bomba ó	Todas las formula-	Se debe evitar el
EC		60 cc ó 2	ciones para uso	contacto con ojos,
		onz/tanque	agrícola, exclu-	piel o ropa y los
			yendo ganadería e	manipuladores de
			instalaciones, son	permetrina deben
			clasificadas por la	lavarse cuidadosa-
			Environmental	mente después de
			Protection Agency	usarlo. Se debe
			(EPA)	como evitar la respiración

Pesticidas de Uso de vapores o spray restringido, por su del producto.

posible efecto

adverso en organismos acuáticos.

Esta clasificación

se aplica a concentrados

emulsificados y

formulaciones

listas para usar

(0.05% a 38.4%).

Formulaciones

para uso en el

control de termitas

mediante la inser-

ción bajo la

superficie, también

están restringidas.

Los productos

deben tener la

palabra “Cuidado

o Advertencia”,

dependiendo de la

toxicidad de deter-  
minado producto  
Se recomienda  
chequear las  
regulaciones esta-  
tales para restric-  
ciones locales.

THIODAN	35	ENCLOSSULF	2.5 - 3.75 cc/l
EC		ANO	ó
			0.75 l/tanque
TURILAV		BATHURINGI	1.0-1.5 g
		ENSIS	200-300
			g/tanque
			7.0-10
			onz/tanque

**Enfermedad o Plaga:****Mildew Lanoso o amarillamiento: Pseudoperonospora cubensis****Mildew polvoriento o cenicilla: Sphaerotheca fuligena****Mal de almácigo o chupa chupa: Complejo de hongos****Bacteriosis o quemazón: Erwinia tracheiphilla**

<i>Nombre Comercial</i>	<i>Nombre Técnico</i>	<i>Dosis del Producto Comercial /agua</i>	<i>Restricciones en los EE.UU.</i>	<i>Toxicología</i>
RIDOMIL	METALAXYL		Productos conteniendo metalaxyl deben tener la palabra "Cuidado"	
ALIETTE	PHOSETYL-AL			
SANDOFAN	OXADIXYL			
LACONIL				
BENLATE	BENOMIL	120 g ó 4 onz/tanque	La Organización Mundial de Salud dio al benomyl pueden sufrir Clase 0, es decir, irritación a la piel. que es improbable Como resultado de que presente un estudios contradictorios, la EPA durante su uso clasificó al normal. No benomyl como	Los aplicadores del producto

obstante, en los posible  
 EE.UU lleva su cancerígeno  
 envase el signo humano.  
 “Cuidado”, que  
 indica baja toxi-  
 cidad.

## MANZATE MANEB

Los productos que Es moderadamente  
 contienen maneb, tóxico en huma-  
 deben llevar la nos. Puede ocasio-  
 palabra “Cuidado”. nar irritación local,  
 Los aplicadores inflamación de la  
 deben llevar ropa piel, ojos, tracto  
 especial. Se cance- respiratorio. La  
 laron varios pro- respiración de su  
 ductos de uso para polvo o spray  
 jardines de casas, puede causar irrita-  
 porque se presume ción de membra-  
 que los usuarios nas mucosas En-  
 particulares no venenamiento con  
 llevan ropa protec- cantidades mayo-  
 tora. res producen vó-  
 mitos, diarreas,  
 convulsiones,  
 coma, parálisis

respiratoria

muerte.

**VONDOSZEB****BRAVO 500 CHLOROTHAN****IL****ORTHOSIDE CAPTAN 2.5 ó 2****(F) onz/bomba****20l****PHYTON SULFATO DE 250-300 El sulfato de cobre Es un fuerte irri-****(B) COBRE cc/tanque ó 9- debe llevar el tante. Su ingestión****PENTAHIDRAT 1 l onz/tanque signo "Peligro" en produce un vómito****ADO productos que con- automático, Sin**

tienen 99% de embargo, la pre-

ingrediente activo sencia en el estó-

en forma cris- mago tiene efectos

talina. severos, como

náusea, diarrea,

schock, daño cere-

bral, riñones, hígao

do y estómago.

**RIDOMIL M METALAXIL + 1 Kg/tanque****272 (F) MANCOZEB****RIDOMIL C- METALAXIL + 1 Kg/tanque****T60 (F) CLOROTALON****IL****BUSAN 30 A TEMTB 1.0 cc/litro**



(F) 7 onz/tanque  
 BENLATE BENOMYL 120 g '0 4

(F) onz/tanque

COBRE

TRIMILTOX COPPER  
 OXYCHLRIDE  
 +  
 COPPER  
 SULFATE +  
 CARBONATE  
 + MANCOZEB

(DITHANE M- MANCOZEB 5.0 g ó Los productos que Mancozeb tiene  
 45) (F) paquete 1Kg/ tienen mancozeb muy baja toxicidad  
 tanque deben llevar la en mamíferos. Las

palabra "Cuidado" principales rutas

Los aplicadores de exposición al

deben usar ropa mancozeb son a  
 protectora. Se través de la piel e

canceló el uso de inhalación. En

varios productos spray o polvo es

para jardines de moderadamente

casa, porque se irritante de la piel

presume que sus y membranas mu-

aplicadores no cosas respiratorias.

usan ropa protec- Otros síntomas son  
tora. picazón, secreción  
nasal, inflamación  
de narices,  
garganta y bron-  
quitis. Está clasifi-  
cado por la EPA  
como posible  
agente cancerí-  
geno en humanos,

AGRIMICIN Estreptomicina + 1.5 g/litro ó 1 La EPA lo ha Personas sensitivas  
100 (B) terramicina onz/17 l ó clasificado Clase tienen reacciones  
240g/tanque IV, relativamente alérgicas a la piel,  
no tóxico. Sus dolores de cabeza,  
productos deben bajas de presión,  
llevar la palabra nauseas, y vómi-  
“Cuidado”, por tos.  
posibles problemas  
en la piel.

F= Fungicida B= Bactericida

1 Tanque de agua equivalente a 5 galones.

Fuentes:

■ Ing Nivaldo de Gracia, Manejo integral del Cultivo del Zapallo

Instituto de Investigación Agropecuaria de Panamá Abril de 1997.

■ Francisco Antúnez, El cultivo del zapallo de exportación en Panamá. Chitré, 1996.

■ Extensión toxicology network (EXTOXNET), Pesticide Information Profile.

Internet: <http://ace.ace.orst.edu/info/extoxnet/pips/ghindex.html>

■ Glossary of pesticide chemicals. Internet: <http://vm.cfsan.fda.gov/frf/pestglos.txt>

■ Farmchemicals Handbook Bayer Crop Protection.

<http://uscrop.bayer.com/farmchem/current/c-c.html>

■ Nivaldo de Gracia y José Angel Guerra. Folleto: Manejo del cultivo del zapallo. 4 páginas

■ Esiquio Iglesias y Elacio González. El cultivo del zapallo, Panamá, Julio de 1993. (MIDA de Veraguas).

## **2. Volumen y Frecuencia de Exportación:**

### **a) Rendimiento Esperado Por Hectárea:**

Los rendimientos esperados por hectárea dependerán de las densidades de siembras, el tipo de semilla que utilice, la temporada en que se siembre y el manejo nutricional que se le hubiese dado al cultivo. En un cultivo normal con una densidad de plantas por hectáreas de 2,000 unidades (1 metro x 5 metros), se espera una producción total de unos 500 qq por ha., de los cuales unos 350 qq deberían reunir los requisitos de exportación, es decir, no deben estar marcados, perforados, ni deben mostrar quemaduras de sol, ni manchas de humedad y su peso no debe ser inferior a 6 libras x fruto.

El restante de la producción no exportable puede ser vendida en el mercado local para consumo humano o para consumo animal, lo que en resumen permite un aprovechamiento integral de los rendimientos del cultivo y mejora el ingreso y utilidad por hectárea.

Se estima que los rendimientos en la fase de invierno pueden ser superiores a los de la fase de verano, debido al beneficio que se genera por tener mayor disponibilidad de agua para la planta, sin embargo pudiera ocurrir que el disponer de mayor humedad se exponga a mayor presencia de enfermedades fungosas, lo que implicaría mayor uso de fungicidas.

En cuanto a la fase de verano, el cultivo presentaría un menor porcentaje de daños por efecto de la humedad y hongos en el fruto, sin embargo se requiere de mayor inversión debido a que se tiene que mantener la infraestructura del sistema de riego durante todo el ciclo del cultivo.

### **3. Regulaciones del País Importador:**

Según el libro como Importar a los Estados Unidos, Departamento del Tesoro, Servicio de Aduanas de los Estados Unidos, Washington DC:

#### **a) Aduana:**

El servicio de aduanas de los Estados Unidos administra y hace cumplir las leyes y los reglamentos de importación, estipuladas en la ley sobre los aranceles de 1930. Sus

funciones principales consisten en imponer y recaudar todos los derechos, impuestos y gravámenes sobre la mercancía importada. En su calidad de organismo federales también se encarga de hacer cumplir los reglamentos de muchas otras entidades federales, en los puertos de entrada a lo largo de las fronteras marítimas y terrestre de los Estados Unidos. El Servicio de Aduanas, además, combate y reprime el contrabando y el fraude al fisco en cualquier punto de entrada a los 50 estados que comprende el territorio de dicho país.

La Aduana es una agencia del Departamento del Tesoro en los Estados Unidos de América, con una organización que consiste en siete regiones geográficas, divididas a la vez en distritos, con puertos de entrada en cada distrito, dentro del estado de Florida se encuentra la oficina de Aduana del distrito de Miami que se encarga de agilizar el movimiento de mercancías provenientes del comercio internacional. Esta oficina está encabezada por el Comisionado Regional, el Director de Distrito o Director de Zona y el Director de Puerto.

#### **b) Requisitos para la Importación en Miami:**

Para llevar a cabo la importación en la ciudad de Miami es necesario tomar en consideración ciertos aspectos generales como:

- Cualquier persona puede preparar su propia declaración de aduanas para mercancías importadas, ya sea uso personal o comercial.

- La Oficina de la Aduana no exige que el importador posea una licencia o permiso.
- Toda mercancía que ingrese a la ciudad de Miami deberá ser examinado por la Aduana y está sujeta a un impuesto a no ser que por la ley, la misma se encuentre exenta del mismo.
- Los derechos de aduana son generalmente tasas ad-valorem (porcentaje) aplicado al valor de la mercancía sujeta al pago de impuestos. Sin embargo, otros artículos pagan impuesto mediante tarifas y otras mediante la combinación de ad-valoren y tarifas específicas.
- El arancel de Aduanas Armonizado determina el porcentaje de impuestos y la clasificación de mercancía mediante tipos de productos
- También pueden ser aplicados cargos por procesamiento de documentos.

#### **- Entrada General de Mercancías:**

Cuando un cargamento llega a Estados Unidos el consignatario depositará los documentos de entrada de las mercancías ante el director de distrito o de puerto, en el puerto de entrada.

Las mercancías importadas no entran legalmente hasta que el cargamento haya llegado al puerto de entrada, que la entrada de las mercancías haya sido autorizada por la aduana y que los gravámenes impuestos hayan sido pagados. Es la responsabilidad del importador hacer los arreglos necesarios a fin de que las sean examinadas y entregadas.

Las mercancías pueden ingresar para el consumo, el almacenaje en el puerto de

llegada, o el transporte bajo fianza a otro puerto de entra, a fin de ingresar allí en las mismas condiciones que en el puerto de llegada. Los arreglos para el transporte de las mercancías hacia un puerto interior bajo fianza los puede hacer el consignatario, un agente de aduana, o cualquier otra persona que tenga suficiente participación en las mercancías para dicho fin. A menos que las mercancías lleguen directamente al puerto designado para su entrada, el importador puede verse obligado a pagar cuotas adicionales a los transportistas para el transporte a dicho puerto, si no se han hecho otros arreglos. En otras circunstancias, las mercancías pueden ser entregadas por el importador en el puerto aduanero local, aunque lleguen por otro puerto desde el exterior. Los trámites deben realizarse antes de la llegada al puerto de la aduana en donde el importador pretende depositar los documentos y pagar los derechos.

El ingreso o entrada de mercancía es un proceso que consiste en dos partes:

- El depositar los documentos que contienen la información necesaria para la determinación si la mercancía puede ser liberada de la custodia aduanera y,
- La presentación de los documentos que tienen la información necesaria para el aforo de los derechos y para los fines de estadísticas. En algunos casos, como la entrada de mercancías sujetas a cuotas, todos los documentos deben ser presentados y ser aceptados por el Servicio de Aduanas antes de la entrega de las mercancía.

### **- Otros tipos de Entradas de Mercancías:**

Las mercancías importadas pueden enviarse en depósitos desde el primer puerto de entrada hasta otro puerto de aduana. Los arreglos para embarques en depósitos deben realizarse con anterioridad a que estas salgan del país exportador. Las declaraciones de aduanas en depósitos proponen las formalidades finales de la Aduana, incluyendo el pago de derechos y cargos por procesamiento hasta que la mercancía llegue al otro puerto.

La mercancía importada puede enviarse a un almacén en depósito mediante un modelo de entrada al almacén. Los derechos y cargos por procedimiento de mercancías en almacén no son pagados hasta que la mercancía no sea extraída para consumo. El importador pagará los gastos de almacenaje al propietario del almacén.

Dichas mercancías podrá permanecer en el almacén de aduana por un máximo de cinco años a partir de la fecha de importación. En cualquier momento durante ese período, las mercancías almacenadas, podrán reexportarse, sin el pago de derechos o se podrá retirar para el consumo, previo pago de los derechos conforme el arancel vigente en el momento del retiro.

Si se destruye o daña la mercancía bajo la vigilancia de la aduana, no se pagará derecho alguno.

### **- Documentos de Entradas:**

Según el Libro como Importar a los Estados Unidos, Departamento del Tesoro, Servicio de Aduana de los Estados Unidos, Washington DC. pág 6-7.



Dentro de los cinco días laborables, contados a partir de la llegada del cargamento a un puerto de entrada, se debe depositar los documentos en un lugar que determine el director del distrito del área a menos que se conceda una prórroga. Estos documento son los siguientes.

- Solicitud y permiso especial para la entrega inmediata, Formulario de Aduana 3461 u otro formulario para la entrega de la mercancía requerida por el director de distrito.
- Prueba del Derecho de Entrada.
- Factura Comercial o factura Proforma, cuando la factura comercial no puede ser presentada.
- Lista de embalaje, si precede y otros documentos necesarios para establecer la administración de la mercancía.

Si la mercancía debe ser liberada de la aduana contra documentos de entradas, se debe presentar un resumen de entrada para el consumo y se deben depositar los aranceles calculados en el puerto de entrada dentro de los 10 días hábiles desde el momento en que la mercancía ingrese y sean liberadas.

**- Fianza:**

La declaración de aduana debe ir acompañada de una constancia de que se ha obtenido una fianza para satisfacer los derechos, impuestos y sanciones que se exijan. La fianza puede solicitarse a través de una compañía fiadora de los Estados Unidos,

puede darse en moneda estadounidenses. En casos de que se solicite los servicios de un agente de aduana para presentar la declaración, dicho agente podrá permitirse el uso de su fianza para proporcionar la garantía requerida.

**c) Examen de la Mercancía por la Aduana:**

Según El Libro como Importar a los Estados Unidos, Departamento del Tesoro, Servicio de Aduana de los Estados Unidos, Washington DC. Pág. 11.

En algunos casos simples, relativos a pequeños cargamentos o cierta clase de mercancía, tales como embarques a granel, el examen generalmente se lleva a cabo en los muelles, en las estaciones de empaques, terminales de carga o en el local del importador. La mercancía luego se entrega al importador. En otros cargamentos, la aduana puede retener muestras representativas de la mercancía para hacer estimados o clasificados y luego entrega la mercancía restante. Estas muestras se devuelven al importador, después de completarse el examen.

Algunas categorías de mercancías deberán ser examinadas para determinar si satisfacen ciertos requisitos de la ley. Por ejemplo, comidas y bebidas no aptas para el consumo humano no cumplir con los requisitos de la FDA (Food and Drug Administration). Los textiles y productos textiles son considerados como productos que podrían desequilibrar el comercio interior y como tales pueden estar sujetos a más inspecciones.

Los oficiales de la aduana determinan la cantidad de mercancías importadas, tomando la posibilidades de déficit bajo condiciones específicas y calcularán los

derechos a pagar en caso de exceso. Algunas mercancías serán pesadas, medidas o calibradas. Los gastos para la determinación del peso, cantidad o medida de la mercancía pueden ser cobrados al consignatarios antes que las mercancías sean liberadas de la aduana cuando estos no se indican en la factura de entrada.

El examen de la mercancía es necesario para determinar:

- El valor de la mercancía a los efectos de Aduana y si la misma está sujeta al pago de derechos.
- Si la mercancía debe ser marcada con el nombre del país de origen o con una marca o etiqueta.
- Si se ha facturado la mercancía en forma correcta.
- Si el embarque contiene artículos prohibidos.
- Si se han cumplido los requisitos de otras agencias Federales.
- Si hay un exceso o falta de mercancía en comparación con lo especificado en la factura.

Sugerencias para agilizar el examen por la aduana:

- Incluir toda la información requerida en las facturas aduanales, y asegurar que ésta sea consecuente con los datos que consten en la lista de empaque.
- Preparar cuidadosamente las facturas y escribir la información a máquina. Dejar suficiente espacio entre las partidas y disponer los datos en la columna correspondiente.

- Marcar y enumerar claramente cada empaque de manera que puede ser más fácil identificarlo.
- Incluir una descripción detallada en la factura de los bienes contenidos en cada empaque individual.
- Marcar las mercancías en forma legible con el nombre en inglés del país de origen y cualquier otra marca necesaria.
- Asegurarse de cumplir con todas las disposiciones de los reglamentos de los Estados Unidos.
- Cumplir cuidadosamente con las instrucciones del cliente y del gobierno de los Estados Unidos.
- Cumplir cuidadosamente con las instrucciones del cliente y del gobierno de los Estados Unidos con relación a la preparación de las facturas de empaque, marcado y eticado.

#### **c.1. Daños o Deterioros:**

Las mercancías que, por daños o deterioros no tengan ningún valor comercial cuando llegan a los Estados Unidos, serán considerados como no importadas y estarán exentas de derecho. Cuando sólo una parte del cargamento haya sufrido daño o deterioro, no se permitirá ningún ajuste de los derechos a menos que el importador separe la parte dañada o deteriorada del resto del cargamento, bajo la vigilancia de la aduana.

Cuando el cargamento sea de frutas, verduras u otros productos perecederos, no habrá ajuste a los derechos a menos que el importador, en un plazo de 96 horas de la

descarga de las mercancías y antes de que éstas se retiren de la custodia aduanera, solicite el ajuste de los derechos al director de distrito o de puerto.

#### **4. Empaque y Transporte:**

Los manuales de despacho, los transportistas y las agencias de embarque pueden facilitar información sobre como empacar las mercancías para transportarlas de tal forma que permita a los funcionarios de aduanas recocerlas, pesarlas, medirlas y liberarlas sin demora.

El despacho de las mercancía se agiliza si: se factura sistemáticamente, se indica la cantidad exacta de los artículos que contienen cada caja, se pone marcas y números en cada bulto y si se indica en la factura los números y marcas de los bultos que contienen dicha mercancías.

Las mercancías deben empacarse y facturarse de tal forma que el examen se haga con rapidez. Par facilitar dicho examen, tiene suma importancia la forma en que embarca la mercancía. La carga que se embarca en paletas, tarimas o bandejas de carga ayuda a esos exámenes. El uso de paletas permite que la carga se saque de los contenedores en cuestión de minutos con un elevador de carga en lugar de las horas que se requieren si hay que sacar la carga a mano. También facilita el examen si se deja suficiente espacio en la parte superior del contenedor, además de un pasillo en su centro, para que quepa un perro olfateador de drogas.

La ley estipula que la información requerida en la etiqueta sea ampliamente visible de forma tal que el consumidor común pueda leer y entender las condiciones

normales de compra y uso.

De acuerdo con la legislación establecida, los requerimientos para el etiquetado de los alimentos se resume de la siguiente forma:

- Si la etiqueta contiene representaciones en algún idioma extranjero, las etiquetas deberá contener toda la especificaciones, requeridas tanto en el idioma extranjero como el inglés.
- Si los alimentos son empacado, las siguientes especificaciones deben aparecer en la etiqueta de la versión en Inglés:
  - Nombre, dirección, ciudad, estado, apartado postal del manufacturero, del embarcador o del distribuidor.
  - Una indicación adecuada de la cantidad neta de alimentos en el paquete. La cantidad debe aparecer en medidas inglesas.
  - El nombre común de los alimentos debe aparecer en la parte principal, en letras negritas en líneas generalmente paralelas a la base del paquete.

Los nombres comunes de los ingredientes de un alimento deben figurar en una lista por orden de su peso relativo, a menos que se trate de alimentos estandarizados.

## E. RENTABILIDAD DE LA EXPORTACIÓN

### 1. Costo de la Producción para la Exportación:

Según información recopilada en el manual sobre producción, manejo y comercialización de zapallo de Francisco Antúnez, que es uno de los pioneros en la exportación de este rubro, los costos de producción agrícola para una hectárea de cultivo de zapallo para la exportación se desglosaría de ésta manera:

#### CUADRO X. COSTO DE PRODUCCION

DETALLE DE COSTO	MONTO
Alquiler de Tierra (si no eres productor-exportador)	B/. 60.00
Preparación de la Tierra (arado, surgueo y rastra)	90.00
Nematicida (5 kilos x hectárea)	20.00
Semilla Dahifa (1 libra x hectárea)	25.00
Fertilizante (4qq. x hectárea)	50.00
Insecticidas, Fungicidas y Herbicidas	200.00
Mano de Obra directa ( 80 jornales a B/. 5.20 c/u)	416.00
Riego (el costo es variable dependiendo del sistema de riego a utilizar Gravedad-Goteo).	35.00
Equipos Auxiliares	15.00
Transporte de Fruta (B/0.25 x 350 qq)	82.50
<b>SUB-TOTAL</b>	993.50
Intereses a Capital de Trabajo $100\% = 12\% \times B/993.60 = 4 \text{ meses}$	40.00
<b>TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>1,033.50</b>

Fuente: Francisco Antúnez

<b>ANÁLISIS ECONÓMICO</b>	
<b><i>Rendimiento esperado = 350 qq x B/. 4.50 precio de Exportación =</i></b>	<b><i>B/. 1,575.00</i></b>
<b><i>Costo por quintal exportable = B/. 1,033.50 * 350 qq =</i></b>	<b><i>B/. 2.95 por quintal</i></b>
<b><i>Ingreso global esperado = B/.1,575.00 - Costos B/.1,033.50</i></b>	
<b><i>Utilidad estimada B/. 542.00</i></b>	
<b><i>Otros ingresos por venta de producto no exportable (al mercado interno)</i></b>	<b><i>B/.250.00 x hectárea</i></b>
<b><i>UTILIDAD NETA ESTIMADA a recibir por el producto</i></b>	<b><i>B/. 792.00 x hectárea</i></b>

Fuente: Francisco Antúnez

Este proceso de preparación de la cosecha final, tiene un tiempo de duración de aproximadamente cuatro (4) meses.

Al ver este punto nos percatamos que la tendencia del comercializador es tratar de cubrir todo este proceso de exportación recortando así costos. Al entrevistar al Sr. Luzmil Lu, Administrador de **COMEXA (Compañía Exportadora Agrícola, S. A.)**, nos hablaba de tratar de conseguir un precio fijo de compra al productor, que en su caso puede ser de B/.3.00 el saco de 50 lbs. El Broker en Miami, el cual se lo coloca a B/ 7.00 el saco de 50 libras y sin importar las temporadas altas de venta (enero, junio, julio, agosto, septiembre) o la baja, que es cuando los E.E.U.U. la produce o los precios se mantienen estándares (marzo, abril-febrero, mayo, octubre, noviembre, diciembre). Esto



nos servirá para proyectar mejor nuestras utilidades.

En otro caso al abordar a la Sra. Xiomara Pérez, de **TERMINAL EXPORT**, pudimos denotar una situación de inexperiencia, quizás en comparación con **COMEXA (Compañía Exportadora Agrícola, S. A.)**, ésta empresa les financian a sus productores un alto porcentaje en el cual se incluye la planilla de obreros, en el caso de **COMEXA (Compañía Exportadora Agrícola, S. A.)**, éste porcentaje es más conservador sólo financiándole insumos básicos. En otro caso, nos conversaban que ellos tenían hasta cinco Broker que le ofrecían el precio que prevalecía en el mercado en el momento, mientras **COMEXA (Compañía Exportadora Agrícola, S. A.)**, se concentraba en uno sólo que le ofrecía un precio fijo.

Hablamos de esto para denotar la importancia de conocer el comportamiento del mercado para tomar mayor ventaja de éste.

## **2. Costos de Administración y Comercialización:**

Otro aspecto que es importante resaltar entre los costos de exportación del Zapallo son los costos administrativos. En consultas previas con diversos comercializadores entre ellos, el Sr. Francisco Antúnez y el Ing. Héctor Cedeño de UCAPE, coinciden con costos tales como:

**a) Costos Fijos:**

<b><i>COSTO DE LA PLANTA DE EMPAQUE (ALQUILER)</i></b>	<b>B/. 400.00</b>
<b>Personal fijo de planta:</b>	
<b>Jefe de Planta</b>	B/ 350.00 a 400.00
<b>Secretaria</b>	B/. 250.00
<b>Luz, Agua, Teléfono</b>	B/. 300.00
<b>Útiles de Oficina</b>	B/. 100.00

Fuente: Francisco Antúnez

**b) Costos Variables:**

El personal variable depende de factores tales como: la cantidad de producción en la temporada en que se exporte etc.

Este personal tiene la función de lavar, seleccionar y empacar la fruta y colocarla en el contenedor.

También dentro de este proceso tomamos los **Costos de Comercialización** y lo desglosan así :

**c) Costo de Flete:**

Este es uno de mayor importancia para los comercializadores del producto porque dentro de sus gastos este se lleva un buen porcentaje.

Según la entrevista que se le hizo al Lic. Efraín Osorio, Ejecutivo de Ventas de SEA LAND, el cual con pleno conocimiento, nos da un panorama del mismo.

<b>TERRESTRE</b>	
<b>CHITRE</b>	<b>B/. 500 a 525</b>
<b>DAVID</b>	<b>650.00</b>
<b>SAN ANDRÉS, CHIRIQUÍ</b>	<b>725.00</b>
<b>ALANJE, CHIRIQUÍ</b>	<b>725.00</b>
<b>TONOSÍ</b>	<b>700.00</b>
<b>AZUERO</b>	<b>500 a 550</b>

Fuente: Efraín Osorio – Sea Land.

En éstos costos también se debe incluir el Trámite aduanero, en el cual sus dos requisitos básicos para exportar es el certificado de origen y la liquidación de exportación.

Al referirme a dichos costos en párrafos anteriores, les hablé de la tendencia del comercializador de tratar de cerrar el círculo para reducir costos, es importante recalcar que muchos comercializadores tienen su propio transporte interno que les ahorra un buen monto en su costo de comercialización.

El Sr. Osorio de SEA LAND nos desglosó los costos de flete para exportar de la siguiente manera:

**Marítimos:**

⇒ Miami	<b>B/. 2,200.00</b>
⇒ New York	<b>B/. 3,000.00</b>

Esta diferencia de flete entre Miami y New York es muchas veces compensable porque en el mercado de New York, los precios son mejores que en Miami. Información suministrada también por el Lic. Osorio.

Es de relevante importancia tomar en cuenta, la importante obra que se inauguró en fecha pasada que fue la de el Puerto de embarque y desembarque de contenedores en Bocas del Toro, el cual le abre un beneficioso panorama a comercializadores locales.

### **3. Incentivos de Exportación:**

Veremos someramente lo que son los costos de financiamiento y en este caso nos acercamos a las oficinas del **B.D.A.**, en la cual pudimos constatar los diversos planes de financiamiento que tienen para los productores. Uno de ellos es el de financiar el sistema de riego para sus plantaciones (Goteo). En el año de 1996 a Coclé se le asignaron 2.02 millones de los cuales B/.1,305,000 se destinaron a la parte agrícola. De estos B/.1,305,000 se destinó para la Agro-Exportación B/.460,000. Adicionalmente se prestó para el cultivo de exportación y para crédito de fomento. Para la producción de zapallo se designó a Coclé B/.15,959.00 para la Agro-Exportación.

Para el año de 1997 el programa de Exportación para Zapallo consiste con un Capital de Inversión de ½ Millón para 313 Hectáreas con 104 productores en los cuales:

<b>Coclé</b>	<b>B/.150,000.00 94 Hectáreas 31 Productores</b>
<b>Herrera</b>	<b>B/.100,000.00 63 Hectáreas 21 Productores</b>
<b>Los Santos</b>	<b>B/.150,000.00 94 Hectáreas 31 Productores</b>
<b>Veraguas</b>	<b>B/.100,000.00 63 Hectáreas 21 Productores</b>

Fuente: Banco de Desarrollo Agropecuario

Estos productores acuden a dicha institución porque ofrece préstamos con condiciones ventajosas para el productor nacional, pero hay que señalar que este lo otorga el **BDA (Banco Desarrollo Agropecuario)** a productores que cumplan con todos los requisitos, en los cuales está el asegurar su cosecha en caso de situaciones externas que afecten su inversión. Dichas Tasas son bastante estables (8.75%). Estos seguros que se señalan en párrafos anteriores cubren hasta un 80% de la cosecha.

En este proceso de exportación, el gobierno interviene incentivando al productor nacional ayudándole con el denominado (Certificado de Abono Tributario) mejor conocido como el **CAT**.

El decreto de Gabinete 413 modificado por el D.G. 172 establece los beneficios Tributarios a empresas tales como:

⇒ La industria Exportadora (Art. 3o.):

- Exonera del 100% de los derechos de importación sobre los instrumentos de maquinaria equipo, repuestos, etc.
- Exonera del 100% sobre las ganancias provenientes de sus exportaciones.
- Exoneración del 100% sobre los impuestos de exportaciones, sobre la venta y sobre el capital o activos, salvo los impuestos de patentes e inmueble.

En conversación con el Sr. Luzmil de COMEXA **COMEXA (Compañía Exportadora Agrícola, S. A.)**, a un cálculo aproximado nos dijo literalmente *“Por cada saco de zapallo que embarque en el contenedor, el gobierno me da B/ 1.00 por cada saco”*. Dándole una proporción a esto si en un contenedor de 40 pies refrigerado caben 1,000 sacos de 50 libras, estamos hablando de B/. 1,000.00 en CAT, que le da al

productor un buen colchón en sus utilidades proyectadas. Estas cifras fueron corroboradas por el Lic. Osorio

Al hablar del precio de venta, podemos decir que muchos comercializadores lo ven como una cuestión atribuible al comportamiento del mercado; pero otros como los de **COMEXA (Compañía Exportadora Agrícola, S. A.)**, tienen su precio asegurado con su Broquel y a la vez el productor les tiene un precio fijo negociado a **COMEXA (Compañía Exportadora Agrícola, S. A.)** Sin embargo no siempre es lo mismo, cuando los productores y comercializadores del rubro quisieron cosechar al mismo tiempo, exportaron cantidades de productos que el mercado objetivo no consumió, el precio del mismo se vino a bajo por la sobre oferta y los comercializadores sufrieron las consecuencias de dicho error.

Al tocarle el punto sobre la forma de pago que ellos tienen, el Sr. Luzmil de **COMEXA (Compañía Exportadora Agrícola, S. A.)**, nos explicaba que éstos se tienen que dar en un término no mayor de 30 días.

#### 4. Utilidades Proyectadas:

**CUADRO XI. ESTRUCTURA DE LOS COSTOS**

Detalle del Costo	Monto del Costo (B/.)	% del Costo Total
A- Maquinaria	120.00	14.7
B- Insumos	302.81	37.1
C- Mano de Obra	156.00	22.8
D- Otros Gastos	207.67	25.4
E- Costos Totales	816.48	100.0

**Fuente:** COMEXA (Compañía Exportadora Agrícola, S. A.)

**CUADRO XII. ANÁLISIS ECONÓMICO**

<b>INDICADORES</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>1. Rendimiento Exportable Esperado</b>	<b>qq</b>	<b>350.00</b>
<b>2. Precio Estimado</b>	<b>B/.</b>	<b>5.00</b>
<b>3. Venta de Zapallo de rechazo</b>	<b>B/.</b>	<b>200.00</b>
<b>4. Valor de la producción</b>	<b>B/.</b>	<b>1,950.00</b>
<b>5. Costos totales</b>	<b>B/.</b>	<b>816.48</b>
<b>6. Ingreso neto por hectárea</b>	<b>B/.</b>	<b>1,133.52</b>
<b>7. Costo/quintal</b>	<b>B/.</b>	<b>2.33</b>
<b>8. Ganancia/quintal</b>	<b>B/.</b>	<b>3.24</b>
<b>9. Relación Beneficio/costo</b>	<b>B/.</b>	<b>2.39</b>
<b>10. Rentabilidad</b>	<b>B/.</b>	<b>138.83</b>

Fuente: COMEXA (Compañía Exportadora Agrícola, S. A.)



**CUADRO XIII. COSTO DE PRODUCCIÓN DE UNA (1) HECTÁREA  
DE ZAPALLO EN VERANO**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	COEF. TÉCNICO	PRECIO UNITA RIO	VALOR TOTAL
<b>A.- MAQUINARIA</b>				<b>90.00</b>
Semi-Roma	Horas	3.00	22.50	67.50
Surcado	Horas	1.00	22.50	22.50
<b>B.- INSUMOS</b>				<b>307.98</b>
Semilla (Daifha o Sello de Oro)	Libras	1.25	25.00	31.25
Fertilizante (15-30-8)	qq.	3.00	14.31	42.93
Fertilizante Nitrogenado (Urea 46%)	qq.	2.00	17.00	34.00
Super Foss (Fósforo)	Litros	1.00	9.90	9.90
Furadán	Libras	25.00	2.15	53.75
Orthocide	Kgs.	2.20	2.50	5.50
Insecticida (Thiodan)	Litros	1.00	9.70	9.70
Dipel	Kgs.	2.00	15.60	31.20
Ridomil M-72	Kgs.	2.00	19.00	38.00
Diesel	Galones	23.00	1.25	28.75
Sacos	Unidades	100.00	0.23	23.00
<b>C.- MANO DE OBRA</b>				<b>547.00</b>
Siembra	Jornales	3.00	5.00	15.00
Aplic. de Fertilizantes	Jornales	2.00	5.00	10.00
Aplic. de Urea	Jornales	1.00	5.00	5.00
Orientación de Guías	Jornales	2.00	5.00	10.00
Aporque	Jornales	5.00	5.00	25.00
Limpieza de surcos	Jornales	5.00	5.00	25.00
Riegos	Jornales	20.00	5.00	100.00
Aplic. de pesticidas (8 Aplic.)	Jornales	12.00	6.00	72.00
Control de malezas. Aporq. y Limp.	Jornales	15.00	5.00	75.00
Control de Nemátodes	Jornales	2.00	5.00	10.00
Cosechas	Jornales	40.00	5.00	200.00
<b>D.- OTROS GASTOS</b>				<b>442.01</b>
Transporte insumos	qq.	9.00	0.25	2.25
Transporte cosecha	qq.	400.00	0.25	100.00
Bomba de Riego (B/.700/7 Años)	Unidad	1.00	700.00	100.00
Bomba Aspersión (B/.150/5 Años)	Unidad	1.00	150.00	30.00
Herramientas (B/. 30/3 Años)	Unidad	1.00	30.00	10.00
Imprevisto 5%	B/.	1,187.23	0.05	59.36
Arrendamiento	ha.	1.00	100.00	100.00
Intereses (9% en 4 meses)	B/.	1,346.59	0.03	40.40
<b>E.- COSTO TOTAL</b>	<b>B/</b>			<b>1,386.99</b>

Fuente: Ministerio de Desarrollo Agropecuario. Dirección de Agricultura,  
Años: 1995-1996

**CUADRO XIV. ANÁLISIS ECONÓMICO**

INDICADORES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
1.- Rendimiento esperado	qq.	400.00
2.- Precio estimado	B/.	4.50
3.- Valor de la producción	B/.	1,800.00
4.- Ingreso neto por hectárea	B/.	413.01
5.- Costo/quintal	B/.	3.47
6.- Ganancia/quintal	B/.	1.03
7.- Relación Beneficio/Costo	B/.	1.30
8.- Rentabilidad	B/.	<b>29.78%</b>

**CAPÍTULO TERCERO**  
**ASPECTOS METODOLÓGICOS**  
**DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN**  
**Y**  
**ANÁLISIS DE ENCUESTA**

## **A. ELABORACIÓN DE LA ENCUESTA**

La encuesta se diseñó con el fin en mente de identificar una visión más objetiva de la extensión de esta investigación.

Se consideraron las siguientes áreas:

- Mercado
- Producción
- Apoyos (Tecnológicos y Económicos)

### **MERCADO:**

Definiremos el Área de Mercado a la condición de oportunidades de oferta y demanda del zapallo.

### **PRODUCCIÓN:**

Esta área define la capacidad de producción para la exportación del zapallo.

### **APOYOS:**

Identificamos los apoyos tecnológicos para el zapallo de exportación y las alternativas de ayuda económica para facilitar la exportación del zapallo.

- Del productor: Los zapallos son adquiridos por los intermediarios o consumidores, quienes a su vez los distribuyen a compradores ubicados en la central mayorista o mercado de abasto en Panamá, o a los principales mercados locales en David, Chorrera, Santiago, Chitré, Colón, etc.

- Estos compradores: Están ubicados en la central mayorista, venden los zapallos a minoristas, quienes a su vez los venden a tiendas detallistas o al consumidor.

- En Algunos Casos: Productores, en su mayoría grandes o medianos, venden directamente sus productos a las centrales mayoristas.

#### COMERCIALIZACION EXTERNA:

En términos generales los zapallos que son destinados al mercado de exportación, el productor los vende directamente a las plantas de empaque. Los cuales han hecho con anterioridad un contrato de compra y venta donde estipula que el productor estará sembrando la cantidad de hectáreas del cultivo denominado zapallo, y de la variedad que las empresas les muestre en un área de terreno, bajo sus propios riesgos y costos, y que a su vez se compromete a realizar entregas de la totalidad de la producción de las hectáreas señaladas.

Para los efectos de precios por sacos de zapallos se establecerá un precio estable de tamaños de 3 a 9 zapallos por sacos de 50 libras, que es igual a B/.2.00 Este precio sólo es para fruta de calidad número uno.

El comprador se compromete a pagar a los 36 días de vencimiento de cada entrega mediante cheques directos a nombre del vendedor o a quien éste mediante escrito designe. El comprador canalizará la supervisión técnica y brindará orientación técnica especializada al productor sin que constituya una responsabilidad para el comprador.

#### TRANSPORTE:

Existen diferentes tipos de transportes comerciales, que permiten al exportador elegir aquel que resulte el más adecuado. Dicha elección debe hacerse tomando la naturaleza de las mercancías, los plazos de entrega, los costos de entrega, los costos de transporte y las condiciones de seguridad entre otros. La responsabilidad de dicho

transporte recaerá sobre el vendedor o el comprador según el tipo de operación que se realice. El contrato de venta especificará el punto en que el comprador asumirá la responsabilidad de las mercancías, el cual puede ser la fábrica, el puerto del país exportador o del país importador.

Las diferentes modalidades de transporte existente son:

- Marítimo: Es la más utilizada a nivel internacional debido a su reducido costo.

Aproximadamente ochenta por ciento del comercio mundial se realiza por este medio.

- Terrestre: Se utiliza entre países fronterizos y en rutas comerciales cortas. Su uso es bastante amplio en el continente Europeo y Panamá - U.S.A. entre medio con los países de Centro América.

- Aéreo: Es el transporte más rápido, pero el más costoso, se utiliza mayormente en productos perecederos debido a que acorta enormemente los plazos de entrega.

Es importante el tipo de transporte que se utilice con los productos perecederos, ya que sin medios de refrigeración, su distribución no sólo queda limitada, sino, que se ocasiona pérdidas por deterioro de la mercancía. Después de un espacio adecuado se recomienda el transporte adecuado de hortalizas en las mejores condiciones posibles, para ello se debe cumplir ciertos requisitos:

- El camión debe estar refrigerado, debe ser rápido.

- Se debe hacer una manipulación delicada de la hortaliza.

## **1. Confección del Cuestionario:**

Al identificar las tres áreas básicas en la comercialización del zapallo, las clasificamos para redactar las preguntas en forma clara y sencilla para su mejor comprensión.

Se ha utilizado el método de selección múltiple para identificar al alternativa más apropiada.

A continuación presentamos la valorización:

No. 1 Excelente

No. 2 Buena

No. 3 Deficiente

No. 4 No está disponible.

## **2. Presentación del Cuestionario:**

En primera instancia identifica el producto referente a la encuesta seguido de una explicación breve del objetivo de la misma, para concluir con la descripción de los valores de las alternativas que identifican las respuestas y las preguntas del cuestionario.

## **ENCUESTA**

### **PRODUCTO: Zapallo de Exportación**

A continuación presentamos 9 preguntas referentes al zapallo de exportación.

Lo invitamos a contestar las preguntas en libertad para conocer su real percepción de tal forma que podamos describir en forma diáfana y clara la visión de la comercialización del zapallo de exportación.

#### **INSTRUCCIONES:**

Favor leer cada una de las preguntas pausadamente y conteste su real percepción.

Identifique la alternativa más real de su percepción.

### **3. Objetivo del Cuestionario:**

Este instrumento de captación de información nos permite identificar la percepción del entrevistado en referencia las áreas de interés anteriormente identificadas.

- Deseamos saber la percepción del productor de que su producto dispone de mercado..
- Deseamos saber la percepción del productor referente a lo complejo o sencillo que es la producción para exportación.
- Deseamos saber la percepción del productor referente a los apoyos tecnológicos y económicos que favorecen la exportación de zapallo.



1. Al considerar usted que la respuesta a la pregunta debe ser “excelente” marque con una cruz (X) el No.1
2. Marque con una cruz (X) el No.2 cuando considere que la respuesta a la pregunta es “buena”.
3. Al contestar que es “deficiente” marque una cruz (X) al lado del a pregunta.
4. Marque con una cruz (X) si la respuesta es “No está disponible”.

### PREGUNTAS

A.	El productor dispone de apoyo económico para la producción	1	2	3	4
B.	La producción por hectárea es	1	2	3	4
C.	El productor recibe ayuda de tecnología para la producción	1	2	3	4
D.	El zapallo de Panamá es competitivo en los Estados Unidos	1	2	3	4
E.	El productor tiene seguridad de que su producto llegue al consumidor.	1	2	3	4
F.	Las técnicas de producción facilitan un buen producto	1	2	3	4
G.	Las técnicas de producción satisfacen al productor	1	2	3	4
H.	La calidad del producto es la que quiere el consumidor	1	2	3	4
I.	Puede la oferta exportable satisfacer la demanda	1	2	3	4

## B. IMPLEMENTACION DE LA ENCUESTA

La encuesta será aplicados a los productores de zapallo de exportación previamente identificados por la cooperativa UCAPE delas provincias de Herrera y Los Santos.

### - Área Geográficas:

Productores de zapallo de exportación delas prvincias de Herrera y Los Santos.

### - Recolección de Data

Al presentar el cuestionario a cad aproductor objetivo, se completó la información y se resumió para su análisis.

### - Análisis de Data

Al analizar los datos obtenidos se concentran los valores obtenidos en el cuestionario para identificar las concentraciones de respuestas de los productores.

## RESULTADOS:

Se aplicaron 65 encuestas y se obtuvieron 585 repsuetas.

RANGO	RESPUESTA	PROPORCIÓN
1	358	61.2
2	117	20.0
3	85	14.5
4	25	4.3
TOTAL	585	100%

Fuente: Análisis de la Encuesta.

Del total de las respuestas se observa que el 61.2 de las respuestas indican un nivel de excelencia y 20% de buena, 14.5% indican que es deficiente y un escaso 4.3% que no está disponible.

*- Área de Mercado*

De las 65 encuesta aplicadas se obtuvieron 240 respuestas de excelente y 20 de buenas, lo que indica que el productor percibe que su producto es de calidad de exportación, competitov y tiene capacidad exportable.

*- Área de Producción*

De las 65 encuestas aplicadas se obtuvieron 117 respuesta de buena lo que explica la percepción del productor de que su técnica de producción y productividad por hectárea puede y requiere ser mejorada.

*- Área de Apoyo*

El 18.8% de las respuestas indican que los apoyos tecnológicos y económicos para el zapallo de exportación es deficiente o no está disponible.

## **CAPÍTULO CUARTO**

### **RESULTADOS**

### **A. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DE ZAPALLO DE LA COOPERATIVA UCAPE PARA LA EXPORTACIÓN AL MERCADO DE MIAMI, U.S.A.**

La capacidad de exportación de la Cooperativa UCAPE para el producto zapallo esta cuantificada en el volumen de hectárea de la variedad requerida que dedican los productores asociados para la producción de zapallo de Exportación.

Al descubrirse los resultados de la encuesta se analizan los datos obtenidos y concluir con el plan de producción y comercialización para la exportación de zapallo al mercado de Miami.

La producción promedio de la hectárea de zapallo de exportación es de 250 quintales. Los productores están sembrando durante un período de cultivo de 85 días 227 hectáreas en la región de Azuero para obtener una oferta exportable de 56,750 qq por cosecha.

La cooperativa está vendiendo el producto a un precio promedio de 0.233¢ lb o sea \$11.65 el saco de 5 lb. de zapallo y este precio es el mejor promedio en los periodos de diciembre a marzo.

## **B. FACILIDADES DE EXPORTACIÓN AL MERCADO DE MIAMI**

### **1. Las Zonas Francas:**

Según El libro como Importar a los Estados Unidos, Departamento del Tesoro, Servicio de Aduana de los Estados Unidos, Washington DC. Pág. 67.

Las Zonas francas de Miami (Miami Free Zone), área oeste del Condado de Dade, fue establecida en abril de 1979. La Zona ha experimentado un rápido crecimiento desde ese tiempo y ahora forma un componente integral de la infraestructura del negocio internacional de Miami.

Las Zonas francas de Miami es la más grande zona de propiedad privada y de operaciones en los Estados Unidos y ocupa una cuarta categoría entre las zonas de la nación.

Desde el inicio de operaciones, más de 11 millones de mercancías han sido procesadas a través de la zona.

Aproximadamente 150 compañías internacionales representan miles de productos que actualmente operan en la zona.

La Zona franca de Miami ofrece la más completa zona de operación sirviendo a sus arrendatarios, incluyendo derechos de aduanas de tiempo completo, 24 horas de seguridad para protección de mercancías, acceso a locales y supliendo con una computadora un Sistema de Control de Inventario Alternativo. Las monedas y sofisticadas facilidades de la Zona Franca de Miami incluye:

- 140,000 pies cuadrados de salas de exposición y oficinas.
- 600,000 pies cuadrados de almacenes o depósitos.
- 80,000 pies cuadrados de almacenes públicos de operaciones y servicios de carga comerciales.

Además, la Zona franca de Miami ofrece un servicio de negocio completo a sus arrendatarios, tales como:

- Bancos
- Agentes de aduanas/trámites de fletes.
- Acarreo de carga aérea y marítimo.
- Agencia de tráfico.
- Restaurantes y cafeterías.

Los exportadores extranjeros que proyectan ampliar o abrir nuevas salidas a sus productos en los Estados Unidos, pueden enviarlos a una zona franca para mantenerlos allí durante un período ilimitado, hasta un mercado favorable, sin tener que efectuar despacho aduanero alguno, ni pagar impuestos o aranceles o constituir fianza.

“Las zonas francas son zonas, protegidas que legalmente se consideran que están fuera del territorio aduanero del país y tienen por objeto atraer y fomentar el comercio internacional”.

La Foreign Trade Zona Beerd ( Juntas de Zonas Francas) las autoridades siempre y cuando se demuestre que el uso que se propone para ellas no irá en contra del interés público. Las zonas francas normalmente se encuentran ubicadas en los puertos de entrada o cerca de ellos, en los complejos industriales o en los almacenes terminales, deben estar situados a 60 millas ( 100 klm) de la aduana de vigilancia correspondiente.

Las zonas francas ofrecen a los comerciantes extranjeros que participan en el mercado estadounidense la importante ventaja de que pueden llevar sus mercancías al umbral del mercado, asegurando de esa manera su entrega inmediata y evitando la posible cancelación de pedidos cuando los embarques se retrasan y se pierda la coyuntura favorable. Otra ventaja de las zonas para exposición completa de mercancía extranjera sin pagar fianza, por un plazo ilimitado y sin el requisito de exportación o pago de aranceles.

Las mercancías introducidas legalmente en estas zonas pueden almacenarse, venderse, exhibirse, subsidiarse, reembalarse, montarse, distribuirse, clasificarse, limpiarse, mezclarse con mercancías nacionales o extranjeras, manipularse de cualquier forma o ser objeto de fabricación. Los derechos de aduanas sobre las mercancías extranjeras que entran en dicha transformación o manufactura se aplican solamente a la cantidad de esas mercancías que efectivamente forman parte de las mercancías salidas de una zona franca para ingresar al consumo de los Estados Unidos. Como se descuentan los desperdicios recuperables, al pagar los derechos se toma en cuenta su condición real y la cantidad ingresada efectivamente.

Las mercancías podrán llevarse a una zona y siempre que se mantenga su identidad de conformidad con los reglamentos, podrá ingresar al territorio aduanero libres de cuotas, derechos o impuestos, aún cuando se haya combinado con otros artículos o incorporados a ellos mientras se encontraban en la zona franca.

Por otro lado, la mercancía extranjera que esté en un depósito de aduana podrá transferirse a la zona franca en cualquier momento antes de que venga el plazo de su permanencia en el depósito, pero esa transferencia se podrá hacer solamente con el



objeto de su posterior exportación, destrucción o almacenamiento permanente. Cuando la mercancía extranjera a la zona franca procedente de los depósitos de aduanas, se anula la fianza y caducan todas las obligaciones de pago de derechos o relativos al plazo de reexportación de la mercancía.

## **2. Fitosanitarias:**

Según el Ministerio de Desarrollo Agropecuario MIDA, Departamento de Cuarentena.

### **a) Importación y Exportación de Productos y Sub-productos de Origen Vegetal:**

a.1. No se podrá importar material de preparación al menos que previamente se haya obtenido la correspondiente licencia Fitosanitaria de Importación de la Dirección Ejecutivo de Cuarentena agropecuaria y cumplir con los requisitos solicitados.

a.2. Se prohíbe la importación de plantas, parte de la plantas y productos vegetales que puedan actuar como fuentes mecánicas portadoras de plagas y enfermedades de las plantas desconocidas en el país o que a la fecha no se encuentren ampliamente deseminados en nuestro suelos.

a.3. El Ministerio de Desarrollo Agropecuario dictará reglamentos y disposiciones bajo los cuales cualquier persona, institución científica o educacional podrá importar materiales de propagación, plantas o productos vegetales, como importar las importaciones y usos de insecticidas, fungicidas, acariciadas y demás

productos similares o a fines para uso comercial científico.

**b) Licencia de Importación:**

b.1. Toda importación de productos de origen vegetal tiene una licencia de Fitosanitarias de Importación previa a su llegada al país, en este grupo se incluyen además las plantas, semillas y agroquímicos, para la autorización de las importaciones se requiere la siguiente información:

- Nombre y dirección del importador
- Nombre y dirección del exportador.
- País de origen del producto.
- Producto a exportar.
- Peso y cantidad
- Aeropuerto de entrada del país.

b.2. La exportación del producto de origen vegetal son autorizados por la Sección de Exportación de la Dirección Ejecutiva de Cuarentena Agropecuaria.

**c) Medidas de Cuarentena Agropecuaria:**

c.1. Toda aeronave que ingrese al país por cualquier de los aeropuertos nacionales, deberá ser inspeccionada y esperada por los inspectores de la Dirección Ejecutiva de Cuarentena Agropecuaria. Los que deberá estar debidamente identificados.

c.2. Todos los desperdicios generados en los vuelos internacionales y que se descarguen en los aeropuertos nacionales, deberá ser puesto a ordenes de los inspectores de la Dirección Ejecutiva de Cuarentena Agropecuaria para que estos determinen su tratamiento.

**d) Normas de Calidad:**

Según embajada Norteamericana, Departamento de Comercio.

Las normas de calidad establecidas por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos para los diferentes productos agrícolas que sean importados a este país son:

Maduros, firmes, bien formados libres de pudrición y de daños causados por suciedad, mancha de ácido o tizón, golpes, raspaduras, piel quebrada, enfermedad originada por exceso de sol o quemadura, graniza, humedad, insecto o daños causados por otros medios.

**- Documentos Necesarios Para Exportar:**

Según Manual para Exportadores del Instituto Panameño de Comercio Exterior  
pág. 2.

**\* Factura Comercial.:**

Papel membreteado de la empresa con su dirección, teléfono y número de R.U.C. ( Registro Único del Contribuyente).

Debe estar juramentada y firmada por el exportador, además debe contener cantidad, peso y descripción de la mercancía y su valor unitario y total. Original y 3 copias.

**\* Declaración de exportación:**

Deberá contener toda la información que describe el Documento. Puede ser firmada por el Exportador o por el Corredor de Aduanas.

**\* Certificado de origen:**

Deberá presentarse debidamente llenado y con las firmas del exportador y de las entidades que emitan este documento, además de su sello correspondiente. Original y 3 Copias.

**\* Permiso de exportación para productos vegetales y derivados:**

Este permiso es emitido a solicitud del exportador por la dirección Nacional de Sanidad Agropecuaria, Cuarentena Agropecuaria, en la Dirección de Trámites de Exportación del IPCE.

**\* Certificado Fitosanitario:**

Este certificado se solicita en lugar donde se origina el producto o empaque, lo emite la Dirección de Sanidad Vegetal del MIDA, a través de la Direcciones Regionales y en casos especiales en la Dirección de Tramites de Exportación.

## **C. REGULACIONES DE IMPORTACIÓN DEL MERCADO DE MIAMI**

### **1. Aduana**

Es una agencia del Departamento de Tesoro en los Estados Unidos de América que impone y recauda los derechos, impuestos y gravámenes sobre los productos que ingresan al territorio Continental de los Estados Unidos.

La mercancía será examinada por la aduana y se le aplicará el pago de impuestos correspondientes.

Dentro de los cinco primeros días del arribo al puerto marítimo del contenedor de zapallo, debe entregarse el formulario de Aduana 3461, la correspondiente prueba del derecho de entrada, la factura comercial y la lista de empaque del contenedor.

Una vez finiquitada la documentación los funcionarios de Aduana en conjunto con los del departamento de agricultura inspeccionan el embarque para determinar que se cumple con los requisitos de aceptación del producto.

Las políticas Arancelarias de las Mercancías Importadas.

Según el libro como Importar a los Estados Unidos, Departamento del Tesoro, Servicio de Aduana de los Estados Unidos, Washington DC. Pág. 19

Todas las mercancías importadas en los Estados Unidos están sujetas a aranceles, según el arancel armonizado de los Estados Unidos. Cuando las mercancías están sujetas a aranceles, se les pueden imponer derechos de ad valorem, específicos o compuestos. Los derechos ad valorem, que son los más comunes, equivalen a un

porcentaje del valor de la mercancía, por ejemplo, el 5 por ciento. Los derechos específicos se aplican por unidad de peso o de otra cantidad, por ejemplo, 5,9 centavos del dólar por docena. Los derechos compuestos representan la combinación de los derechos ad valorem y de los específicos, por ejemplo centavos por kilogramo mas 10 por ciento ad valorem. Los derechos arancelarios impuestos a las mercancías importadas también varían de acuerdo al país de origen.

El servicio de Aduana dictamina sobre el régimen arancelario de las mercancías después de que se presenta la declaración de aduana. Los cargamentos pequeños reciben menor escrutinio, especialmente si se tramitan según los procedimientos para importaciones menores que se aplican a los cargamentos pequeños o en ocasiones especiales que justifiquen a los cargamentos fijo. El exportador, importador u otro interesado de que desee información de antemano sobre cualquier asunto relativo a las políticas arancelarias de las mercancías, podrá solicitarla por escrito al director de la Oficina de Aduanas del Distrito de Miami.

El importador puede protestar el régimen arancelario después de la liquidación de la declaración. En esta etapa, la solicitud de decisión se hace mediante la presentación de una protesta y solicitud de revisión ulterior en el Formulario Aduanero 19, en el plazo de 90 días a partir de la fecha de liquidación. Si el servicio de Aduana reniega esa protesta, entonces el régimen arancelario puede fijarse mediante apelación contra el Gobierno ante los tribunales.

El pago de los derechos e impuestos se fija cuando se presenta a la aduana una declaración de ingreso para el consumo o par el almacenaje. La responsabilidad del pago le corresponde a la persona o empresa en cuyo nombre se hace la declaración de

ingreso par el consumo. Por otro lado, la responsabilidad u obligación se transfiere a cualquier persona que compre las mercancías y desee retirarlas en su propio nombre cuando las mercancías ingresen al país para el almacenaje.

Si el ingreso de la mercancía se hace por medio de un agente aduanero, esto puede quedar exento del pago del aumento de los derechos si (1) se nombra al propietario efectivo de la mercancía y, (2) se presenta al director de distrito, en un plazo 90 días, la fianza del propietario y una declaración donde el propietario se compromete a pagar el aumento de los derechos o los derechos adicionales.

Existen determinadas mercancías cuya importación puede ser prohibida o restringida para proteger la economía y la seguridad de la ciudad, para salvaguardar la salud y bienestar de los consumidores y para preservar la vida animal y vegetal dentro de la ciudad. Entre los productos sometidos a estas exigencias están: queso, leche y productos lácteos. El queso y sus derivados exigen una licencia de importación y están sometidas a cuotas.

Todas las mercancías que ingresan a la ciudad para el consumo están sometidas a requisitos del Departamento de Agricultura, de la Food and Drug Administración y la Food Safety and Quality Services.

#### Medidas Protectivas de las Mercancías.

##### Derechos Antidumping

Se puede cobrar derechos antidumping si el Departamento de Comercio determina que un exportador extranjero ha vendido o está por vender un producto aun precio inferior a su valor justo.

El valor justo se define como el precio por el cual esa mercancía o alguna

similar se vende en el mercado del país de origen del exportador.

Para que se cobren estos derechos, la Comisión de Comercio Internacional también debe determinar que una industria norteamericana ha sufrido perjuicio material o que queda amenazada con tal perjuicio, o que se ha retrasado el inicio o el establecimiento de una industria en los Estados Unidos a consecuencia de vender por debajo del precio justo.

La responsabilidad del transporte hasta el puerto de entrada al mercado de Miami es riesgo del exportador y el importador asume el riesgo en el puerto de destino previa aceptación o rechazo del producto exportado.

El medio de transporte utilizado para el producto zapallo es contenedor de 40 pies refrigerado y el producto es transportado en estiba de sacos de 50 lbs.

La frecuencia de transporte marítimo es semanal; la planta de procesamiento está en la ciudad de Chitré y el contenedor después de ser cargado es transportado por vía terrestre hasta el puerto de Cristóbal en la Costa Atlántica (Provincia de Colón).

## **2. Derechos Compensatorios:**

Según el Libro como Importar a los Estados Unidos, Departamento del Tesoro, Servicio de Aduanas de los Estados Unidos, Washington DC, Pág. 33.

Se pueden cobrar derechos compensatorios si el Departamento de Comercio determina que bienes exportados a los Estados Unidos se beneficiaron en subvenciones de exportación o de subvenciones en el mercado interno que se limiten a una sola industria y a un solo sector. A diferencia de la legislación antidumping, las legislación



sobre los derechos compensatorios no exige en todo los casos una determinación de perjuicios materiales. Se requiere una determinación de perjuicio materiales, sólo para aquellos países que son firmantes del Código sobre las Subvenciones del Acuerdo General sobre los Aranceles y el Comercio o para los países que tienen un acuerdo recíproco con los Estados Unidos al respecto.

El servicio de Aduanas de los Estados Unidos cobra derechos antidumping y compensatorios una vez que se hayan fijado las tasas y que el Departamento de Comercio y la Comisión de Comercio Internacional hayan hecho las determinaciones necesarias. Estas dos clases de derechos se fijan e imponen de acuerdo a los siguientes procedimientos.

- **Investigación:** Comienza cuando una industria nacional presenta una petición al Departamento de Comercio o cuando otra parte interesada se queja de los fabricantes extranjeros. El Departamento de Comercio investiga para conocer si se ha tenido lugar la inundación, o la subvención desleal, y la Comisión de Comercio Internacional investiga si las industrias estadounidenses han sido perjudicadas.
- **Notificación de la Investigación:** Cuando se termina las investigaciones y se concluye que ha tenido lugar la inundación o subvención, se publica una Orden de Derechos Antidumping o Derechos Compensatorios.
- **Revisión administrativa y ajuste definitivo:** Al cumplir cada año de la fecha del dictamen final con respecto a la inundación o la subvención de Comercio deberá realizar, por la ley una revisión Administrativa de cada caso de derechos protectores o derechos compensatorios con el fin de determinar si los derechos de aduana para el período transcurrido son los correctos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

## **LIBROS**

**ANTÚNEZ, Francisco. 1996. EL CULTIVO DE ZAPALLO DE EXPORTACIÓN EN PANAMÁ. MANUAL SOBRE PRODUCCIÓN, MANEJO Y COMERCIALIZACIÓN ACTUALIZADO.** Chitré, Herrera. 16 páginas.

**FÁBREGA, Ernesto. PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS.** 3a De. 1a. Reimpresión, San José, Costa Rica: IICA, 1981. Págs. 37

**FÁBREGA R., Ramón E. CÓDIGO FISCAL DE PANAMÁ.** 1991. Págs. 1313.

**MENDIZABAL, Ana B. WELLER, Jorgen. EXPORTACIONES NO TRADICIONALES DEL ISTMO CENTROAMERICANO. PROBLEMAS O ESPEJISMO?** Publicado por CADESA. Primera Edición. Panamá. 1992. Págs. 414.

**MONTALDO, Alvaro. CULTIVO DE RAÍCES Y TUBÉRCULOS TROPICALES.** 2da de. Rev. San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 1991. Págs. 408.

**MONTALDO, Alvaro. CULTIVO DE RAÍCES Y TUBÉRCULOS TROPICALES.** Primera Edición. Editorial Gráfica Pacific Press, S.A. Lima, Perú, 1972. Págs. 284.

**McGREGOR, Brian M. MANUAL DE TRANSPORTE DE PRODUCTOS TROPICALES.** Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Manual de Agricultura No. 668, 1987. Págs. 148.

**WELDOM J., Taylor. SHAW, Roy T. FUNDAMENTOS DE MERCADEO.** South Western Publishing Co. Cincinnati, Ohio, U.S.A., 1977.

**BANCO NACIONAL DE PANAMA. JORNADAS AGROPECUARIAS.** 1992-1993. Volumen 3. Págs. 363.

**KOTLER, Philip. MERCADOTECNIA.** Tercera Edición. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A., 1989. Págs. 746.

**WELLER, Jorgen. LOS CULTIVOS NO TRADICIONALES DE EXPORTACIÓN EN PANAMÁ.** Oficina Internacional del Trabajo / Programa Regional del Empleo para América Latina y el Caribe. OIT/PREALC. 1981. Págs. 34.

**IPCE/APEX. MANUAL Y DIRECTORIO DE EXPORTADORES.** Editado por Ediciones y Servicios Publicitarios, S.A. EDISERVIS. Panamá, 1994. Págs. 235.

**ORGANIZACION DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA AGRICULTURA Y LA ALIMENTACIÓN. CONVENCIÓN INTERNACIONAL DE PROTECCIÓN FITOSANITARIA.** Roma, 1992. Págs. 19.

**DE GRACIA, Nivaldo.** 1997. Coordinador del Proyecto de Investigación de Zapallo. **MANEJO INTEGRAL DEL CULTIVO DEL ZAPALLO. ALTERNATIVAS PARA LA PRODUCCIÓN SOSTENIDA.** Instituto de Investigación Agropecuaria de Panamá. Documento preparado para el encuentro Agropecuario de Agroexportadores. Calobre.

**HIM, Calixto y GRAJALES, Guillermo.** 1995. **GUÍA PARA LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS NO TRADICIONALES.** Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Panamá.

**ANTÚNEZ, Francisco.** 1996. **MANUAL SOBRE PRODUCCIÓN, MANEJO Y COMERCIALIZACIÓN DEL ZAPALLO.** Editado por Cornes, S.A. Chitré, Herrera-Panamá.

**SATLER, Gerardo (Dr.).** 1997. **DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE LA AGROEXPORTACIÓN NO TRADICIONAL DE PANAMÁ.** Editado por el IICA.

**DE GRACIA, Nivaldo.** 1997. **FOLLETO “RECOMENDACIONES PARA EL CULTIVO DEL ZAPALLO”.** Idiap. Herrera.

**ACKOFF, Russell,** 1990. **PLANEACION DE EMPRESAS.** Limusa, México, 157 págs.

**BULLARD, E. y MORTENSEN, E.** 1984, **HORTICULTURA TROPICAL Y SUBTROPICAL.** Centro Regional de Ayuda Técnica (A.I.D.) México, 620 págs.

**CUNNINGHAM, William, ALDAG, Ramón et al,** 1991, **INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN.** Grupo Editorial Iberoamérica, México, 513 págs.

**HAMENMESH, Richard,** 1990, **PLANEACIÓN ESTRATÉGICA,** Limusa, México, 278 págs.

**HAMPTON, Terry y GERARD LE PAN, de Lingny,** 1989. **ESTRATEGIAS Y ORGANIZACIÓN PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL.** Prince Waterhouse España, 436 págs.

**KOONTZ, Harold y WEIHRICH, Heinz,** 1994, **ADMINISTRACIÓN,** McGraw-Hill. México, 745 págs.

**KOTLER, Philip, 1993, DIRECCIÓN DE LA MERCADOTECNIA.** Prentice Hall. México, 843 págs.

**MEIGS, Robert y MEIGS, Walter, 1992. LA BASE PARA DECISIONES GERENCIALES.** McGraw Hill. México, 670 págs.

**MENDEZ, Carlos. 1989, METODOLOGÍA.** McGraw Hill, Colombia, 129 págs.

**MURDICK, Robert et al, 1993, ANÁLISIS DE POLÍTICAS DE EMPRESAS,** Limusa, México, 378 págs.

**POLIMERI, Ralphs, et al, 1993, CONTABILIDAD DE COSTOS,** McGraw Hill. México, 870 págs.

**RAMIREZ, David, 1990, CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA,** McGraw Hill, México, 374 págs.

**RACHMAN, David y MESCON, Michael et al, 1991, INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS,** McGraw Hill, Colombia, 694 págs.

**REYES, Agustín, 1990, ADMINISTRACIÓN DE PERSONAL.** Editorial Limusa, México, 235 págs.

**STANTON, William, 1989, INVESTIGACIÓN DE MERCADO,** McGraw Hill, México, 732 págs.

**THOMPSON, Philips, 1990, CÍRCULO DE CALIDAD,** Editorial Norma. Colombia, 204 págs.

**WETERS, Ronald, 1986, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.** Prentice Hall. México, 540 págs.

**AVANCE.** Septiembre. 1996.

## **MANUALES Y FOLLETOS**

**Ministerio de Salud de Panamá. 1997. BOLETÍN EPIDEMIOLÓGICO.** Volumen XXI, Nº 3,. Edición: Centro Conmemorativo Gorgas. Tel: 227-4111.

**Extension Toxicology Network (EXTOXNET), Pesticide Information Profile.** Internet: <http://ace.ace.orst.edu/info/extoxnet/pips/ghindex.html>

**Glossary of pesticide Chemicals.** Internet: <http://vm.cfsan.fda.gov/frf/pestglos.txt>

**Farmchemicals Handbook Bayer Crop Protection.** Internet

**DE GRACIA**, Nivaldo y **GUERRA**, Jose Angel. Folleto “**MANEJO DEL CULTIVO DE ZAPALLO**”. Centro Regional de Azuero “Germán de León”, IDIAP. 4 páginas.

**IGLESIAS** Esiquio A. y **GONZÁLEZ G.** Elacio. 1993. Folleto: **EL CULTIVO DEL ZAPALLO**. Panamá, MIDA de Veraguas. 12 páginas.

**ARMUELLES**, R. 1984. **UNA ESTRATEGIAS AGROINDUSTRIAL PARA EL DESARROLLO DE PANAMÁ**, Panamá, 15 págs.

**CAVUSGIL**, S. Tamer, 1993, **REVISTA FORUM**, Ginebra, 39 págs.

**Almanaque Mundial**, Año 1995.

**Ministerio de Desarrollo Agropecuario – MANUAL PARA EXPORTAR PRODUCTOS AGROPECUARIOS**, Panamá, 19 págs.

**Ministerio de Desarrollo Agropecuario – Dirección Nacional de Agroindustrias. MANUAL PARA EXPORTAR PRODUCTOS AGROPECUARIOS**, 1992, Panamá, 12 págs.

**Instituto Panameño de Comercio Exterior – MANUAL Y DIRECTORIO DE EXPORTADORES**, 1992, Servipren, S.A. Panamá, 156 págs.

**“United Nations Conference on Trade and Development” - MANUAL SOBRE LAS PRINCIPALES LEYES DE COMERCIO** de los Estados Unidos de América, 136 págs.

**“United Nations Conference on Trade and Development” - MANUAL SOBRE EL ESQUEMA DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**, 271 págs.

**Instituto Interamericano Cooperación para la Agricultura (IICA). GUÍA PARA LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS NO TRADICIONALES**, septiembre 1995. 120 pp.

**Instituto de Investigación Agropecuarias. PUBLICACIONES VARIAS.**

**Instituto de Mercadeo Agropecuario. PUBLICACIONES VARIAS.**

**Instituto Panameño de Exportaciones. PUBLICACIONES VARIAS.**

**ANTÚNEZ, Francisco. 1996. MANUAL SOBRE PRODUCCIÓN, MANEJO Y COMERCIALIZACIÓN ACTUALIZADO.** El Cultivo de Zapallo de Exportación en Panamá. Chitré, Herrera, Patrocinado por la naviera Seaboard Marine Ltd.

**Banco de Desarrollo Agropecuario.** Feria de Azuero 1997.

## **ENTREVISTAS:**

Entrevista con la **Licdo. Guadalupe Petrel.** Instituto Panameño de Comercio Exterior. Departamento de Promociones y Exportaciones.

Entrevista con el **Licdo. Nelson Sandoval.** Contraloría General de la República. Departamento de Comercio Exterior.

Entrevista con el **Licdo. Efraín Osorio** -Ejecutivo de Ventas, Naviera Sea Land - 24 de Abril de 1997.

Entrevista con **Luzmil Lu,** Administrador de la Compañía Exportadora Agrícola, S.A. (COMEXA) 1997.

Entrevista con **Ingeniero Héctor Cedeño,** Director, Consejo de Administración, Cooperativa de Mercadeo Unión de Cooperativos Agropecuarios Panameños para la Exportación, R.L. UCAPE. 1997.

Entrevista. Integrantes Cooperativa UCAPE. **Profesor Bernardo Díaz,** Chitré, 1996.

Entrevista a Personal Relacionado al tema del IMA, MIDA, IPCE e IDIAP. 1996.

## **PERIÓDICOS:**

La República. Domingo 20 de septiembre de 1989, página 15-A.

La Prensa. Lunes 21 de abril de 1997, página 33 A.

La Prensa. Revista 22 de octubre de 1996.

## **REVISTAS:**

**PUMPKINS 07.0990.** Editorial Sibauste. 1993.

**MIAMI BUSINESS PROFILE**, 1993-1994. **PUBLISHED BY FLORIDA MEDIA AFFILIATES INC.** Copyright 1993. Págs. 120.

**DIRECTORIO DE EXPORTACIÓN DE MIAMI.** 1995. **BELLSOUTH ADVERTISING & PUBLISHING CO.** 1994.

## **PUBLICACIONES OFICIALES**

**CONCHA BARIA**, José del R. **CULTIVO DE VERDURA.** Ministerio de Desarrollo Agropecuario, 1973. Págs. 50.

**BANCO MUNDIAL. DOCUMENTO DEL MANUAL DE OPERACIONES No. 14-70,** Agosto, 1989.

**MINISTERIO DE PLANIFICACIÓN Y POLÍTICA ECONÓMICA. POLÍTICAS PUBLICADAS PARA EL DESARROLLO INTEGRAL: DESARROLLO SOCIAL CON EFICIENCIA ECONÓMICA.** Septiembre, 1994. Págs. 24.

**MINISTERIO DE DESARROLLO AGROPECUARIO. EL MARCO ORIENTADOR DE LA POLÍTICA AGROPECUARIA: ÁREAS Y PROYECTOS PARA LA MODERNIZACIÓN Y RECONVENCIÓN DEL SECTOR AGROPECUARIO Y FORESTAL 1994-1999.** Septiembre, 1994.

**MINISTERIO DE DESARROLLO AGROPECUARIO. PROPUESTA PARA DESARROLLAR EL PLAN NACIONAL DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES AGROPECUARIAS DE PANAMÁ.** Panamá, julio de 1992. Págs. 32.

**MINISTERIO DE DESARROLLO AGROPECUARIO. LINEAMIENTOS DE POLÍTICAS AGROPECUARIAS EN PANAMÁ.** Propuesta por: Ezequiel Rodríguez P. Ministro. Marzo, 1990.

**BANCO NACIONAL DE PANAMÁ.** Jornadas Agropecuarias. Vol. 1, 2, 3. 1990-1995.

**IDIAP.** Técnica de Investigación del Zapallo, Ají y Ñame. 1996.



**USDA.** Marketing Caribbean Basin. Fruits and Vegetables. 1996.

**IDIAP.** Zapallo, Papa: Nuevo Híbrido de Calidad Excelente. 1985.

**IPCE.** Univdad Técnica Administrativa de Trámite de Exportación (UTATE) requisitos para la exportación. 1996.

**IDIAP.** Recomendaciones para el cultivo de Zapallo. 1996.

**USDA.** Manual de Transporte. 1996.

**EDISCO.** Nociones de Agricultura. Evelia Vega de Cortés. 1995.

## **DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS**

**SOROA y PINEDA, José Ma. De. DICCIONARIO DE AGRICULTURA.** Edit. Labor. Barcelona – Madrid – Bogotá – Buenos Aires – Caracas – Rio de Janeiro – México – Montevideo, 1968. Págs. 1008.

**RABASSA, Asenjo B. / GARCIA TOUS, Ma. DICCIONARIO DE MARKETING.** Ediciones Pirámide, S.A. Segunda edición. Madrid, 1981. Págs. 166.

**ORTELES, Alfredo. DICCIONARIO DE POLÍTICA ECONÓMICA.** Tomo I. Valencia, España. 1956. Págs. 1334.

**ORTELES, Alfredo. DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA.** Vigésima Primera edición. Madrid. 1992. Págs. 1513.

**ENCICLOPEDIA DE QUÍMICA.** Tomo 11, Editorial UTEHA, México 1962. 1025 pp.

**ENCICLOPEDIA DE TECNOLOGÍA QUÍMICA.** Tomo XII, Editorial UTEHA, México 1962. 985 pp.

**DICCIONARIO DE QUÍMICA.** Editorial Omega, Quinta Edición, 1957, España. 768 pp.

**BERNAT, J. DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO COLOR,** Ediciones Nauta, Madrid, España, 1988. 1254 pp.

**CODERA, Martín. DICCIONARIO DE DERECHO MERCANTIL,** Pirámide, Madrid, España, 1982. 284 pp.

**FRAILE, Agustín. DICCIONARIO MANUAL LATINO-ESPAÑOL Y ESPAÑOL-LATINO.** Editorial Ramón Sopena, Barcelona, 1978. 671 pp.

**WEIERS M., Ronald. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS,** Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., 1986. 539 pp.

## **GACETAS**

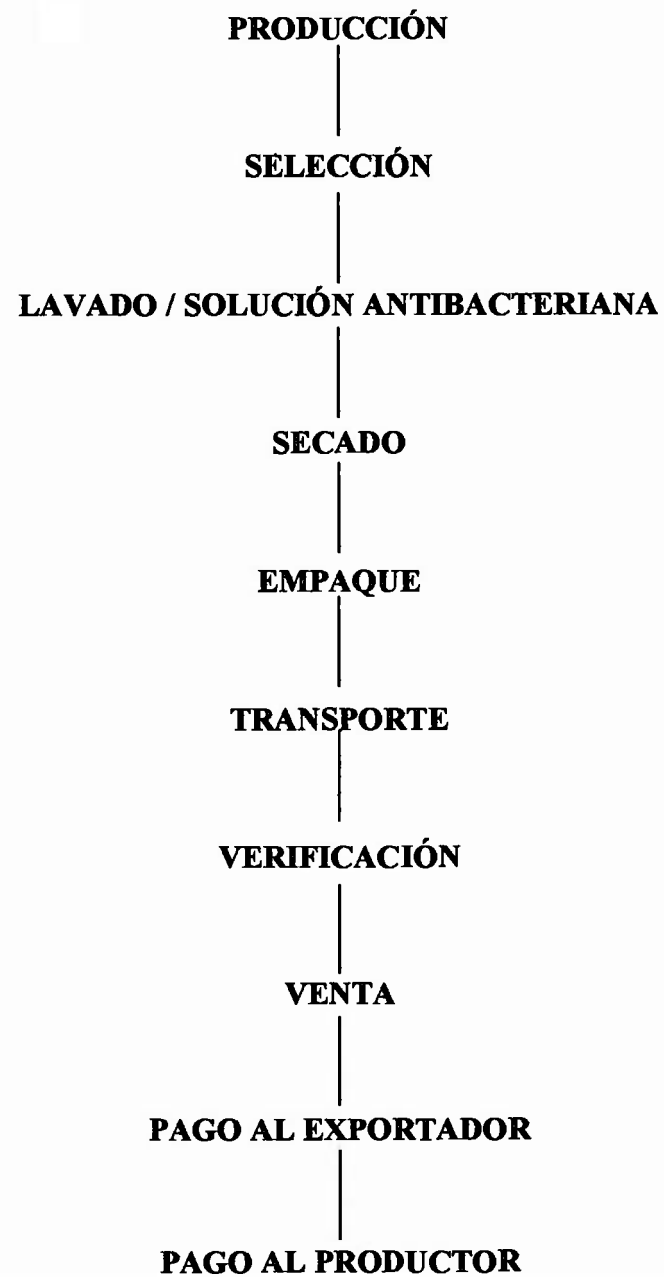
Gaceta Oficial No. 21.753 del 27 de marzo de 1991. Decreto No. 5 del 8 de febrero de 1991.

Gaceta Oficial No. 22.810 del 22 de junio de 1995. Ley No.28 del 20 de junio de 1995.

Gaceta Oficial No. 17-776 del 6 de febrero de 1975 - Órgano del Estado -Anexo No. 17.

**ANEXOS**

## **ORGANIZACIÓN DE LA EXPORTACIÓN**



## **MÉTODO DE VENDER EN EL MERCADO DE MIAMI**

- - **IMPORTADORES DE MIAMI (brokers)**
- - **EXPORTADORES DE PANAMÁ (independientes)**
- - **COOPERATIVAS DE EXPORTACIÓN**

## **PROMOCIÓN DE VENTAS**

- - FERIAS DE EXHIBICIÓN**
- - CONTACTOS CONOCIDOS**
- - CONTACTOS NUEVOS**
- - INSTITUTO PANAMEÑO DE COMERCIO EXTERIOR**

## **MERCADOTECNIA DE EXPORTACIÓN**

- - **AGENTE O DISTRIBUIDOR**
- - **CANAL DE DISTRIBUCIÓN**
- - **CALIDAD DEL PRODUCTO**
- - **TEMPORADA**

## **EMBALAJE DE EXPORTACIÓN**

### **- - ETIQUETA**

- ❖ **NOMBRE**
- ❖ **DIRECCIÓN**
- ❖ **APARTADO POSTAL**
- ❖ **PESO BRUTO**
- ❖ **PESO NETO**
- ❖ **NOMBRE COMÚN**
  - **Idioma Local**
  - **Idioma del País de Origen**

☐ **- SACO DE 50 LIBRAS**

☐ **- ESTIBA DE MADERA**

☐ **- CONTENEDOR REFRIGERADO**



**REQUISITOS  
DOCUMENTOS  
U.S.A.**

- ☐ - **FACTURA COMERCIAL**
- ☐ - **DECLARACIÓN DE EXPORTACIÓN**
- ☐ - **CERTIFICADO DE ORIGEN**
- ☐ - **PERMISO DE EXPORTACIÓN PARA  
PRODUCTOS VEGETALES**
- ☐ - **CERTIFICADO FITO-SANITARIO**
- ☐ - **LICENCIA DE IMPORTACIÓN**
- ☐ - **ASIGNACIÓN ARANCELARIA**
- ☐ - **MEDIDAS DE CUARENTENA AGROPECUARIAS**
- ☐ - **NORMAS DE CALIDAD**

***HOJA DE TABULACIÓN***

1. Deficiente	2. Regular	3. Buena	S/R. Sin Respuesta	
PREGUNTA	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>S/R</u>
001.	0	24	56	0
002.	0	21	59	0
003.	0	0	80	0
004.	0	35	45	0
005.	59	16	5	0
006.	1	37	42	0
007.	5	24	51	0
008.	0	35	45	0
009.	0	27	53	0
010.	53	24	3	0

- Los resultados mostrados, son el resultado total de la encuesta realizada a 80 productores.

## **ÁREAS Y SUB-ÁREAS DE ANÁLISIS**

<b><u>ÁREA</u></b>	<b><u>EN BASE A</u></b>
<b>1. Apoyo</b>	<b>001 Técnico</b>
	<b>005 Económico</b>
<b>2. Beneficios</b>	<b>010 Al productor</b>
	<b>006 Al consumidor</b>
<b>3. Comercialización</b>	<b>002 Demanda exportación</b>
	<b>007 Canal de Distribución</b>
<b>4. Mercado</b>	<b>008 Mercado de Miami</b>
<b>5. Producción</b>	<b>004 Método de producción</b>
	<b>009 Rendimiento por hectárea</b>

## **Anexo No. 9**

### **ENCUESTA A PRODUCTORES DE ZAPALLO PARA EXPORTACIÓN**

		<b>Alto</b>	<b>Medio</b>	<b>Bajo</b>
001	Para lograr la producción requerida es necesario técnicas modernas	1	2	3
002	La demanda del consumidor internacional es	1	2	3
003	El Zapallo que usted cosecha está en condiciones de competencia a nivel de exportación	1	2	3
004	Los métodos de producción son	1	2	3
005	Las facilidades de financiamiento son adecuadas	1	2	3
006	El precio del producto exportado es	1	2	3
007	Los canales de distribución en la exportación	1	2	3
008	El producto es competitivo en el mercado internacional	1	2	3
009	Los rendimientos por hectáreas son	1	2	3
010	El conocimiento técnico de producción es	1	2	3

**PROPUESTA DE UN PLAN DE COMERCIALIZACIÓN DE  
EXPORTACIÓN DEL PRODUCTO ZAPALLO POR LA  
COOPERATIVA UCAPE**

**1. Objetivo de la Propuesta**

**2. Plan**

- Organización de la exportación
- Inicio de la exportación
- Método de vender en el mercado de Miami
- Promoción de ventas
- Publicidad en mercado de Miami
- Mercadotecnia de exportación
- Embalaje para exportación
- Requisitos de documentos
- Problemas de seguros
- Problemas de créditos
- Exportación futura.